PRAKTIK FILANTROPI SOSIAL

Erina Virdaus dkk.

UNIVERSITAS
JOGJAKARTA

PRAKTIK FILANTROPI SOSIAL

JUDUL
Praktik Filantropi Sosial

PENULIS
Erina Virdaus dkk.

PENERBIT
Departemen Pembangunan Sosial & Kesejahteraan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Gadjah Mada - Yogyakarta
bekerja sama dengan
BUANA GRAFIKA

EDISI
Cetakan # 1 - 2018

Copyleft 2018

DAFTAR ISI

FILANTROPI & PIHAK SWASTA

Eka Tjipta Foundation (ETF) Bentuk Filantropi Kewirausahaan dari Sinar Mas Group 4

Program Sedekah Air YBM BRI di Kabupaten Gunung Kidul 10

Praktik Fordist dalam Filantropi Kapitalisme 17

Fenomena Politik Konsumerisme Sebagai Bentuk Filantropi Tidak Langsung/*Gimmick*? 23

Platform Donasi Online kitabisa.com: Peluang dan Ancamannya di Masa Mendatang 30

FILANTROPI & BUDAYA

Tradisi Beas Perelek, Filantropi Modal Sosial bagi Masyarakat Purwakarta 39

Filantropi Kebudayaan 46

Filantropi di Era Perkembangan *Pop Culture*: Musik Media Penggerak Filantropi 52

FILANTROPI & KELOMPOK MASYARAKAT

Menyoal Mobilisasi Politik dalam Praktik Filantropi sebagai Upaya Penanggulangan Bencana di Indonesia 60

Pendekatan Altruisme dan Keadilan Sosial dalam Pelayanan Sosial melalui Gerakan Jogja Sapa Lansia 67

Relawan: Mewadahi Potensi Filantropi Tenaga di Indonesia 73

Gerakan Filantropi Sosial Berbagi Nasi Yogyakarta 81

Makna Tersirat Adopsi Anak Sebagai Sebuah Filantropi 85

FILANTROPI & PEMUDA

Refleksi Filantropi Sosial: Voluntarisme Sebagai Bentuk Filantropi Kegemaran Generasi Milenial 93

Filantropi Sosial oleh Mahasiswa Perantauan melalui Organisasi Mahasiswa Daerah (Ormawa) DI Yogyakarta 101

Kapstra Foundation: Lembaga Filantropi Mahasiswa di Tingkat Departemen 108

Peran Pemuda sebagai Agen Filantropi Muda..... 111

Filantropi Milenial sebagai Wujud Filantropi Masa Kini 118

FILANTROPI & ERA DIGITAL

Filantropi Digital Sebagai Bentuk Filantropi Baru..... 127

Filantropi dalam Bentuk *Reality Show* di Televisi (Mikrofon Pelunas Utang)..... 132

FILANTROPI & PIHAK SWASTA

EKA TJIPTA FOUNDATION (ETF) SEBAGAI BENTUK FILANTROPI KEWIRAUSAHAAN DARI SINAR MAS GROUP

Erina Virdaus

Pendahuluan

Dalam *Entrepreneurship and Philanthropy in American Capitalism*, dituliskan bahwa Merle Curti menyampaikan "filantropi telah menjadi salah satu aspek utama dan kunci bagi pengembangan sosial dan budaya Amerika" (Curti, 1957, p. 353). Filantropi nyatanya juga penting dalam pembangunan ekonomi. Apa yang membedakan kapitalisme Amerika dengan kapitalisme yang lain (Jepang, Prancis, Jerman, dan Skandinavia) adalah fokus historisnya pada penciptaan kekayaan (kewirausahaan) dan juga pemulihan kekayaan (filantropi).

Filantropi sendiri merupakan bagian dari kontrak sosial implisit yang terus-menerus memelihara dan merevitalisasi dari kemakmuran ekonomi. Kata filantropi secara harfiah memiliki arti "cinta umat manusia." Tindakan filantropis memanifestasikan kedermawanan dari si pemberi. Di Indonesia sendiri sudah kian berkembang filantropi dalam bidang wirausaha. Ada banyak para pebisnis sukses yang perduli dengan keadaan sekitar sehingga membuat berbagai program untuk mensejahterakan masyarakat. Salah satu program yang perduli dengan kesejahteraan sosial adalah Eka Tjipta Foundation.

Eka Tjipta Foundation (ETF) merupakan organisasi nirlaba yang didirikan oleh keluarga Widjaja pada tahun 2006 sebagai wadah pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan bagi seluruh unit usaha dibawah bendera Sinar Mas. Adapun Visi dari ETF adalah Berkarya dan Bakti Membangun Negeri yang terbaik

bagi Indonesia, dan adapun Misi dari ETF adalah menjalin kemitraan strategis dalam memberdayakan masyarakat dan mewujudkan perekonomian yang berkeadilan, menciptakan lulusan yang berintelektual tinggi, berbudi luhur dan mampu bersaing secara nasional dan internasional, mengembangkan tenaga kerja terdidik dan terampil agar dapat memenuhi kebutuhan dunia usaha dan industri.

ETF sendiri memiliki 4 program, yaitu program Duta Sinar Mas, Beasiswa ETF, Kursus Narasi, Pelatihan Mediasi. Duta Sinar Mas adalah program di mana mahasiswa-mahasiswi penerima Beasiswa ETF yang sedang menjalankan pendidikan S1 yang lulus seleksi dan dipilih berdasarkan beberapa kriteria untuk memperkenalkan kepada dunia akademisi maupun lingkungan bahwa ada sisi lain dari Sinar Mas yang mungkin belum banyak diketahui. Beasiswa ETF adalah program beasiswa dari Eka Tjipta Foundation (ETF) mengenai pendidikan di mana beasiswa diberikan untuk mahasiswa/i berprestasi yang memiliki keterbatasan ekonomi untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata 1. Program selanjutnya adalah Kursus Narasi Eka Tjipta Foundation (ETF) memberikan pelatihan kepada semua kalangan untuk menulis dengan baik melalui Kursus Narasi dengan menggunakan pendekatan penulisan nonfiksi. Yang terakhir Pelatihan Mediasi, Eka Tjipta Foundation (ETF) bekerja sama dengan Badan Mediasi Indonesia (BaMI) yaitu ETF mengadakan Pelatihan Mediasi untuk memperkenalkan mediasi sebagai salah satu solusi bagi penyelesaian dari sengketa dengan menghadirkan instruktur dan pengajar yang berpengalaman dan kompeten yaitu dari BaMI.

Pembahasan

Filantropi memang sudah berkembang di Indonesia, namun sayangnya perkembangan filantropi di Indonesia belum bisa dibilang telah sukses, karena hanya sebagian kelompok orang yang

telah sadar mengenai pentingnya filantropi dalam perkembangan suatu Negara, di mana filantropi juga ikut andil dalam suksesnya perkembangan ekonomi hingga peningkatan kualitas SDM yang dimiliki oleh suatu Negara. Di Amerika sendiri telah mengembangkan filantropi dengan perekonomian di mana para wirausahawan telah ikut serta dalam pengembangan filantropi, di mana di Amerika mengembangkan konsep menciptakan kekayaan yang diiringgi dengan pemulihan kekayaan, hal inilah yang membuat perekonomian Amerika bisa kuat, karena sinergi dari wirausahawan dengan filantropi.

Sehingga menurut saya, Indonesia patut untuk mencontoh apa yang telah dilakukan oleh Amerika, yaitu mengintegrasikan sektor kewirausahaan dengan filantropi, sehingga terjadi kesinambungan antar keduannya yang diharapkan mampu menciptakan kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Sayangnya masih banyak oknum wirausahawan di Indonesia yang belum sadar mengenai pentingnya filantropi. Selain itu, pada perusahaan sendiri juga harusnya menjalankan kewajiban sosial dari perusahaan, yaitu CSR perusahaan, di mana perusahaan wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial mereka. Melalui program-program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dan program tersebut ikut mengembangkan potensi ekonomi masyarakat maka perusahaan juga telah ikut dalam mengembangkan filantropi, karena ikut serta dalam mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat menjadi berdaya dan mampu untuk mencapai kesejahteraan.

Seperti salah satu program yang saya sebutkan pada pendahuluan, yaitu Eka Tjipta Foundation (ETF). Eka Tjipta Foundation (ETF) ini adalah organisasi nirlaba yang merupakan upaya tanggung jawab sosial yang didirikan oleh keluarga Widjaja pada tahun 2006. Hingga saat ini Eka Tjipta Foundation (ETF) telah memiliki 4 program tanggung jawab perusahaan mereka. Eka Tjipta

Foundation (ETF) lebih menekankan kepada pengembangan pendidikan dan sumber daya manusia di Indonesia, hal ini dibuktikan dari program-program CSR mereka yang memang berfokus dalam pengembangan pendidikan, seperti pemberian beasiswa, perbaikan fasilitas pendidikan, hingga latihan-latihan yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan masyarakat.

Namun, walaupun program-program CSR dari Eka Tjipta Foundation (ETF) berfokus pada pendidikan bagi anak negeri, namun nyatanya beberapa program dari Eka Tjipta Foundation (ETF) masih kurang ramah bagi semua orang, di mana hanya beberapa orang saja dengan persyratan tertentu yang dapat mengikuti program yang dilaksanakan oleh Eka Tjipta Foundation (ETF), hanya program ETF Narasi saja yang bisa diakses oleh semua orang dengan berbagai latar belakang. Kemudian program-program dari Eka Tjipta Foundation (ETF) juga masih dibilang mengutamakan kepentingan perusahaan juga, karena seperti program Duta Sinar Mas.

Dalam program Duta Sinar Mas ini diikuti oleh para penerima Beasiswa ETF yang telah lolos peryaratan yang nantinya dengan program ini para peserta tersebut memperkenalkan pada dunia akademik maupun di lingkungan di mana duta-duta terpilih ini beraktivitas, mereka memberikan pengetahuan mengenai Sinar Mas yang belum banyak diketahui oleh masyarakat, sehingga dengan duta-duta ini memperkenalkan sisi Sinar Mas yang baik kepada masayrakat maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Sinar Mas dan pandangan masayarakat terhadap Sinar Mas yang kurang baik akan hilang. Hal tersebut cukup menunjukkan bahwa program tersebut dibuat didasarkan kepada kepentingan dari perusahaan yang ingin menggunakan duta-duta yang mereka dapat dari program beasiswa mereka untuk memperbaiki citra perusahaan di mata masyarakat.

Melihat hal tersebut dapat saya lihat bahwa daripada fokus terhadap pengembangan pesertanya, malah dalam program ini lebih berfokus pada kepentingan dari perusahaan, di mana dalam hal ini kurang sesuai dengan konsep flantropi yang berfokus untuk pengentasan permasalahan sosial. Melihat masih banyaknya kekurangan dari program-program dalam Eka Tjipta Foundation (ETF) ini menunjukkan bahwa di Indonesia masih sangat kurang pemahaman mengenai filantropi, bahkan dari perusahaan besar pun masih memiliki banyak kekurangan dalam pelaksanaan filantropi sosial ini.

Kesimpulan

Filantropi sosial dari kewirausahaan di Indonesia masih belum bisa dikatakan baik, banyak perusahaan yang tidak menjalankan filantropi dan kalau pun ada banyak dari mereka yang programmnya tidak berjalan sesuai dengan konsep dari filantropi. Hal ini karena banyak program sosial perusahaan yang memanfaatkan program-program sosial untuk kepentingan perusahaan sendiri dan terkadang kurang memperhatikan sasaran dari program sosial mereka. Filantropi juga sangat penting dalam perekembangan perekonomian Negara, sehingga dalam hal ini Negara juga perlu ikut andil dalam pelaksanaan filantropi kewirausaan di Indonesia sehingga dapat selaras antara peningkatan kekayaan dengan pemulihan kekayaan, sehingga dapat tercipta perekonomian Negara yang kuat, karena adanya keseimbangan dalam berbagai sektor, baik perusahaan hingga penerima bantuan dari program-program perusahaan.

Daftar Pustaka

Acs, J. Zoltan and Phillips, J. Ronnie, 2019, Entrepreneurship and Philanthropy in American Capitalism, Source: Small Business Economics, Vol. 19, No. 3, Special Issue: Institutions, Entrepreneurship and Firm Growth (II) (Nov., 2002), pp. 189-190, Published by: Springer. Diakses tanggal 20 November 2019 dari, file:///C:/Users/USER/Documents/Downloads/Entrepreneurship%20and%20Philanthropy%20in%20American%20Capitalism.pdf

(n.d.). Diakses pada 20 November 2019, dari ekatjipta.org: http://ekatjipta.org/

PROGRAM SEDEKAH AIR YBM BRI DI KABUPATEN GUNUNG KIDUL

Desyana Setyarini

Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari ribuan pulau yang berjajar dari Sabang hingga Merauke. Ribuan pulau yang berjajar tersebut membentuk gugusan kepulauan yang besar dan indah yang menjadi ciri khas tersendiri bagi bangsa Indonesia di mata dunia. Bentuk negara kepulauan tersebut menjadikan Indonesia kaya akan keberagaman budaya, suku, ras, dan agama yang mana dikenal dengan multikulturalis. Selain itu, Indonesia juga dikenal dengan negara beriklim tropis di mana memiliki dua musim bergantian yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Hal tersebut terjadi karena Indonesia dilalui oleh garis khatulistiwa atau equator sehingga menyebabkan Indonesia beriklim tropis. Menurut Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), wilayah Indonesia mengalami musim kemarau yang panjang di tahun 2019. Kondisi tersebut mengakibatkan kekeringan yang berdampak pada ketersediaan air bersih, kebakaran hutan dan lahan, serta suhu udara yang panas.

Fenomena kemarau ini terjadi di beberapa provinsi di Indonesia salah satunya kemarau panjang di Yogyakarta khususnya di Kabupaten Gunung Kidul yang mengalami bencana kekeringan. Gunung Kidul merupakan salah satu kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sering mengalami fenomena kekeringan. Kekeringan yang terjadi di Gunung Kidul hampir terjadi setiap tahunnya karena kondisi daerah tersebut yang merupakan

perbukitan karts. Wilayah karts merupakan wilayah batuan kapur dengan porositas yang tinggi yang mampu melarutkan air hujan atau air permukaan sehingga tanah tidak mampu menahan air dalam jangka waktu yang lama. Oleh sebab itu mengapa Kabupaten Gunung Kidul sering mengalami kekeringan dan sulit untuk mengakses sumber air bersih. Di lansir dari *m.liputan6.com*, Kepala Pelaksana Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Gunung Kidul Edi Basuki, mengatakan bahwa terdapat 10 kecamatan di Gunung Kidul yang dilanda kekeringan yaitu Kecamatan Girisubo, Rongkop, Purwosari, Tepus, Ngawen, Ponjong, Semin, Patuk, Semanu, dan Paliyan. Daerah yang mengalami kekeringan cukup parah di Gunung Kidul terjadi di Kecamatan Rongkop dan Kecamatan Tepus di mana warga harus membeli air bersih dengan harga yang tidak murah bahkan ada yang harus mencari air dengan jarak yang cukup jauh dan medan yang sulit.

Dampak dari musim kemarau tersebut mengakibatkan warga Gunung Kidul kesulitan untuk mengakses air bersih dan para petani pun terancam gagal panen. Menanggapi bencana kekeringan tersebut BPBD Kabupaten Gunung Kidul dan pemerintah setempat berupaya melakukan distribusi air bersih kepada masyarakat yang terkena dampak kekeringan. Tidak hanya pemerintah setempat Gunung Kidul saja yang merespon hal tersebut namun beberapa lembaga filantropi di Indonesia juga turut membantu salah satunya adalah program sedekah air yang dilakukan oleh YBM BRI (Yayasan Baitul Maal Bank Rakyat Indonesia). Kondisi tersebut membuat YBM BRI turut mendistribusikan air bersih di beberapa titik terparah di Kabupaten Gunung Kidul. Dalam tulisan ini akan sedikit membahas mengenai filantropi Islam yang dilakukan oleh YBM BRI melalui program sedekah air guna mencukupi kebutuhan air bersih masyarakat yang terkena bencana kekeringan.

Pembahasan

Filantropi berasal dari bahasa Yunani yaitu *philos* yang berarti cinta dan *anthropos* yang berarti manusia adalah tindakan seseorang yang mencintai sesama manusia dengan menyumbangkan waktu, materi, tenaga untuk menolong orang lain. Filantropi bersifat *charity* atau kedermawanan sebagai bentuk tindakan sukarela yang dilakukan individu/kelompok untuk membantu individu/kelompok yang lain. Dulu filantropi sosial banyak dilakukan secara mekanis dan tergugah dengan sendirinya namun seiring dengan kemajuan jaman dan teknologi, kini filantropi sosial bersifat organis di mana terdapat organisasi yang mewadahi kegiatan filantropi sosial tersebut. Apalagi ditambah dengan adanya kemajuan di bidang iptek membawa angin segar bagi filantropi sosial karena melalui *platform digital* dapat menggandeng banyak pihak untuk turut memberikan dukungan materi sehingga dapat membantu banyak orang yang membutuhkan. Selain itu filantropi juga berkaitan dan tidak bisa dilepaskan dengan ajaran agama karena setiap agama di dunia pasti mengajarkan kebaikan dan mencintai sesama salah satunya adalah filantropi Islam.

Dalam filantropi Islam untuk membantu sesama umat dikenal dengan adanya zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf. Kini filantropi Islam di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat karena lembaga filantropi Islam kini memanfaatkan *platform digital* atau website agar lebih dikenal masyarakat luas dan mampu menghimpun dana yang lebih banyak untuk disalurkan kepada kaum dhuafa. Salah satu lembaga filantropi Islam di Indonesia yang banyak melakukan kegiatan amal adalah YBM BRI (Yayasan Baitul Maal Bank Rakyat Indonesia). YBM BRI banyak melakukan kegiatan amal untuk membantu masyarakat Indonesia salah satunya yaitu program sedekah air yang dilakukan di beberapa titik di Kabupaten Gunung Kidul sebagai bentuk kepedulian BRI terhadap bencana kekeringan. Sedekah air merupakan program yang diinisiasi oleh

beberapa lembaga filantropi di Indonesia salah satunya oleh YBM BRI dengan melakukan distribusi air bersih kepada masyarakat yang terkena bencana kekeringan.

Dalam Islam sedekah air sendiri merupakan salah satu perbuatan yang mendatangkan pahala yang diperkuat dalam salah satu hadist di mana disebutkan, *Saad bin Ubadah RA bertanya kepada Rasulullah SAW, "Wahai Rasulullah, sedekah apa yang paling utama?" Beliau menjawab, "Memberi air." (HR. Abu Daud).* Hal tersebut menunjukkan bahwa Rasulullah sangat menganjurkan untuk memberikan sedekah air terutama bagi orang yang membutuhkan. Perbuatan tersebut tercermin dalam program sedekah air yang diinisiasi oleh YBM BRI dengan memberikan air bersih kepada masyarakat yang sedang dilanda kekeringan di Kabupaten Gunung Kidul. Di lansir dari *ybmri.org*, mengatakan bahwa pada bulan September 2019, Tim Tanggap Bencana YBM BRI melakukan distribusi air bersih kepada 2.311 kepala keluarga atau sekitar 8.000 jiwa dengan total bantuan senilai Rp. 36.919.000. YBM BRI telah mengalirkan 150.000 liter air bersih yang diangkut 106 tangki dan bantuan ini disalurkan di 26 titik lokasi kekeringan.

Selain melakukan distribusi air bersih, YBM BRI juga melakukan pipanisasi dengan memasang pipa saluran air dari sumber mata air ke pemukiman warga yang terkena bencana kekeringan. Sumber pendanaan yang digunakan untuk membiayai program ini berasal dari para donatur dan zakat pekerja BRI yang dikelola oleh YBM BRI sendiri yang kemudian untuk mendanai berbagai program. Program sedekah air yang diinisiasi oleh YBM BRI ini termasuk program baru yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia. Beberapa program andalan YBM BRI yang sudah terkenal diantaranya Integrasi Program Pemberdayaan Berbasis Pondok Pesantren, Integrasi Program Pemberdayaan Berbasis Keluarga (IP2BK), Program Peningkatan Keterampilan Usaha Rakyat (PKUR), dan Beasiswa Kader Surau.

Program bantuan air bersih ini merupakan kegiatan *charity* dan bersifat sementara sehingga belum banyak masyarakat luas yang mengetahui program tersebut. Sedekah air sendiri juga tergolong program yang kurang berkelanjutan jika dibandingkan dengan program unggulan lain yang dimiliki oleh YBM BRI mengingat sedekah air dilakukan di saat beberapa daerah mengalami kekeringan dan masyarakat kesulitan untuk mengakses air bersih. Adanya program ini di beberapa daerah yang mengalami kekeringan merasa sangat diuntungkan dan terbantu karena masyarakat dapat mengakses air bersih secara gratis dan di sisi lain program ini juga dapat memberikan dampak positif bagi BRI yaitu meningkatkan citra positif di mata masyarakat melalui filantropi sosial. Meskipun filantropi sosial yang diinisiasi oleh YBM BRI ini berlandaskan pada agama Islam di mana seluruh kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk amal dan sedekah namun hal tersebut tidak dapat terlepas dari praktik CSR *(Corporate Social Responsibility)* atau tanggungjawab sosial perusahaan. Meskipun dana yang digunakan untuk membiayai program-program filantropi terutama sedekah air tersebut bukan berasal dari laba perusahaan tetapi dari zakat pekerja dan donatur namun program yang dilaksanakan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan terutama membangun citra positif di mata *stakeholders* dan masyarakat penerima manfaat.

Kesimpulan

Salah satu lembaga filantropi Islam di Indonesia yang sering melakukan kegiatan amal adalah YBM BRI (Yayasan Baitul Maal Bank Rakyat Indonesia). YBM BRI sering melakukan kegiatan amal untuk membantu kaum dhuafa salah satunya yaitu program sedekah air yang dilakukan di beberapa titik di Kabupaten Gunung Kidul sebagai bentuk kepedulian BRI terhadap bencana kekeringan. Sedekah air merupakan program yang diinisiasi oleh beberapa lembaga filantropi di Indonesia salah satunya oleh YBM BRI dengan

melakukan distribusi air bersih kepada masyarakat secara gratis dan melakukan pipanisasi dengan memasang pipa saluran air dari sumber mata air ke pemukiman warga yang terkena bencana kekeringan. Program bantuan air bersih ini merupakan kegiatan *charity* dan bersifat sementara sehingga belum banyak masyarakat luas yang mengetahui program tersebut. Sedekah air sendiri juga tergolong program yang kurang berkelanjutan jika dibandingkan dengan program unggulan lain yang dimiliki oleh YBM BRI mengingat sedekah air dilakukan di saat beberapa daerah mengalami kekeringan. Adanya program ini di beberapa daerah yang mengalami kekeringan merasa sangat diuntungkan dan terbantu karena masyarakat dapat mengakses air bersih secara gratis dan di sisi lain program ini juga dapat memberikan dampak positif bagi BRI yaitu meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat melalui filantropi sosial.

Daftar Pustaka

_____.2019. *Masih Kemarau Kekeringan Melanda 10 Kecamatan di Gunung Kidul,* m.liputan6.com 16 Juni 2019 diakses dari https://m.liputan6.com/regional/read/3990697/masih-kemarau-kekeringan-melanda-10-kecamatan-di-gunungkidul# pada 19 November 2019

_____.2019. Sedekah *Air Gerakan Membantu Masyarakat Terdampak Bencana Kekeringan*, jambi.antaranews.com 8 September 2019 diakses dari https://jambi.antaranews.com/nasional/berita/1051036/sedekah-air-gerakan-membantu-masyarakat-terdampak-bencana-kekeringan?utm_source=antaranews&utm_medium=nasional&utm_campaign=antaranews pada 19 November 2019

https://ybmbri.org

Semangat
YBM
TANGGAP BENCANA
Wilayah Gunung Kidul Yogyakarta
September 2019
ANTARANEWS.com

ANTARANEWS.com

PRAKTIK FORDIST
DALAM FILANTROPI KAPITALISME

Annisa Nur Alimah

Filantropi secara luas dipahami sebagai konsep memberi secara suka rela untuk membantu pihak lain yang membutuhkan serta sebagai ekspreksi rasa cinta kasih saling mengasihi. Istilah filantropi berasal dari bahasa Yunani, *Philos* (berarti Cinta), dan *Anthropos* (berarti Manusia). Yusuf (2007), sehingga secara harfiah cinta untuk sesama manusia. Namun ada yang mengangap Filantropi adalah alat untuk melunakan wajah dari kerusakan yang terjadi, dari segi sosial-ekologis dan perluasan ekonomi serta rezim produksi yang melupakan prinsip keselamatan kerja dan kelangsungan layanan alam Sangkoyo (2007). Anggapan tersebut sering dimakanai sebagai Filantropi Kapitalisme. *Philanthrocapitalism* merupakan cara baru dalam melakukan filantropi, yang mencermimkan cara bisnis dalam dunia kapitalisme yang ikut terlibat untuk kebaikan umat manusia. Seringkali filantropi Kapitalisme muncul dari perusahaan ternama dunia yang bahkan produknya mampu menguasai pasar di dunia. Banyak perusahaan besar membangun sebuah yayasan amal sehingga dapat menggerakan dan membentuk masyarakat untuk semakin percaya pada perusahaan tersebut.

Berawal dari industri kapitalis yang tumbuh sangat pesat di Amerika pada abad 19, Henry Ford menyadari peluang yang belum dimanfaatkan yakni industry mobil. Maka tahun 1909 Henry F mengumumkan akan membangun industry mobil skala besar. Perusahaan Ford mencapai angka dan keuntungan yang sangat besar yang belum pernah terjadi sebelumnya dan Henry F menjadi

Milliarder mandiri pertama di dunia. Dari perolehan keuntungan tersebut pihak perusahaan mengurangi hari kerja dari Sembilan jam menjadi delapan jam dan upah naik dua kali lipat menjadi 5 dollar sehari pada tahun 1914. Skala pencapaian Ford dapat diukur dengan peningkatan produksi dan laba. Pada tahun 1984 Ford menghasilkan 95 persen mobil dan menguasai pasar. Untuk semakin meningkatkan konsumsi ford memberikan kredit untuk para pembeli dan pekerjanya untuk dapat membeli mobil secara kredit, sehingga pada tahun 1924 sebesar 75 persen mobil dibeli melalui angsuran, Edgell (2011).

Praktik filantropi yang dijalankan oleh Ford menunjukan karakteristik yang berbeda, Pada tahun 1911 Ford dan istrinya menciptakan Valley Farm sebuah rumah untuk anak yatim. Selama perang Dunia Pertama, ia juga menampung pengungsi perang Belgia di Outhrigton Hall. Selain itu Ford membangn Rumah sakit di Detroit pada tahun 1914. Pasien rumah sakit adalah pekerja dan keluarga pekerja dari perusahaan Ford. Pada tahun 1970 an di Amerika serta di Uni Soviet Ford memberikan dukungan untuk gerakan dalam menyeruakan hak-hak sipil dan gerakan perempuan di AS serta mendukung perang melawan *Apartheid* di Afrika Selatan. Karakteristik berbeda terlihat dari *Ford Foundation* tidak hanya berfokus pada isu satu saja tetapi mencakup banyak isu juga. Greenleaf (1964)

Filantropi kapitalisme merupakan langkah yang baik bagi perusahaan untuk melakukan sumbangan, melalui hal tersebut perusahaan tidak hanya berfokus untuk meraup keuntungan tetapi juga ikut serta membantu umat manusia. Namun praktik filantropi seringkali juga ditunggangi kepentingan tertentu untuk meningkatkan citra perusahaan sehingga konsumsi masyarakat meningkat. Dalam praktik pelaksanaanya filantropi kapitalisme berbeda dengan filantropi sosial. Praktik filantropi sosial sebelum pelaksanaanya perlu memperhitungkan model *charity* yang sesuai

dengan kondisi di masyarakat serta mencari akar penyebab masalah atau ketidaksetaraan yang terjadi. Namun filantropi kapitalisme dalam melakukan praktiknya hanya memperhitungkan untuk mengatasi isu global yang dianggap darurat tanpa memperhitungkan kondisi sosial di masyarakat untuk mencari akar penyebab kondisi tersebut terjadi.

Meskipun begitu tidak dapat dipungkiri kita harus berterimakasih kepada perusahaan yang telah menjalankan praktik fiilantropi kapitalisme karena setidaknya para perusahaan tersebut sedikit peduli terkait kehidupan umat manusia. Fordism dalam praktik filantropi mengeklaim telah mengeluarkan 500 USD dan 600 USD setiap tahun dan selama bertahun-tahun menghasilkan lebih dari 45 Milliar USD untuk dana hibah untuk memebantu ratusan juta jiwa manusia, Cinelli (2017). Dalam melakukan praktik filantropi Ford membentuk suatu yayasan untuk mengelola dana bantuan, *Ford Foundation* didirikan pada tahun 1936 oleh Edsel Ford, yayasan tersebut menjadi yayasan filantropi terbesar di dunai pada akhir tahun 1940-an. Setiap tahunya *Ford Foundation* merilis *annual report book* sebagai laporan pertanggung jawaban dalam menjalankan praktik filantropinya berisi laporan program filantropi dan evaluasi programnya serta berisi alokasi pendanaan,

Corporate foundation merupakan sebuah lembaga yang kini seperti tradisi untuk didirikan oleh para korporasi. Yayasan yang dibagun oleh para korperasi tersebut sebagai tempat untuk menyalurkan dana hibah dari laba perusahaan. Yayasan bertugas sebagai lembaga untuk menjalankan praktif filantropi dari korporasi. Dengan dibangunya sebuah *corporate Foundation* korperasi tidak perlu menjalin mitra lain untuk menyalurkan dana hibah serta dana CSR perusahaan. Mungkin ini sebagai langkah yang tepat agar korporasi juga bisa mengontrol secara langsung dana hibah dan dana CSR tersalurkan kemana saja.

Filantropi dan kapitalisme mungkin merupakan dua sisi yang berbeda namun bila digabungkan menjadi filantropi kapitalisme akan menjadi satu kesatuan sebagai cara baru dalam melakukan filantropi. Tentu saja filantropi kapitalsime tidak bisa terlepas dari istilah kapitalisme karena dibagun dari korporasi besar. Terlepas dari itu filantropi kapitalisme membawa pengaruh dan dampak yang baik untuk umat manusia melalui dana bantuan dan dana CSR. Para koorporasi menjadi semakin terdorong untuk melakukan filantropi kapitalisme dengan mendirikan *corporate foundation* sebagai wadah untuk melakukan praktik filantropi.

Praktik fordist dalam filantropi kapitalisme bisa dibilang menjadi acuan praktik filantropi kapitalisme oleh *corporate foundation* lainnya. Praktik filantropi bukan hanya melalui sumbangan dana bantuan dalam jumlah besar tetapi juga dengan memberikan upah yang layak untuk pekerjanya serta jam kerja yang manusiawi. bentuk lain praktik filantropi adalah dengan memberikan dukungan untuk umat manusia yang tertindas dan terdeskriminasi seperti Ford Foundation memberikan dukungan untuk gerakan dalam menyeruakan hak-hak sipil dan gerakan perempuan di AS serta mendukung perang melawan *Apartheid* di Afrika Selatan.

Kemudian dalam melakukan praktiknya filantropi kapitalisme yang ideal perlu mempetakan akar masalah yang terjadi kemudian membuat *great design charity* yang sesuai dengan masyarakat serta sesuai tujuan yang dicapai. Agar dana bantuan dan dana CSR dari praktik filantropi dapat tersalurkan dengan tepat sasaran. Setalah menjalankan praktik filantropi *corporate foundation* membuat *annual report book* yang berisi laporan tahunan akan kegiatan atau *project* yang dilakukan serta laporan keuangan.

Daftar Pustaka

Cinelli Joshua, 2017, Ford Foundation commits $1 billion from endowment to mission-related investments, Ford Foundation 5 April 2017, diakes dari https://www.fordfoundation.org/the-latest/news/ford-foundation-commits-1-billion-from-endowment-to-mission-related-investments/ tanggal 18 November 2019.

Edgell Stephen, 2011, The Sociology of Work: Continuity and Change in Paid and Unpaid Work, New Delhi : SAGE Publication India.

Flink James J, 2000, Henry Ford, American National Biography Februari 2000 diakes dari https://www.anb.org/view/10.1093/anb/9780198606697.001.0001/anb-9780198606697-e-1000578 tanggal 18 November 2019.

Greenleaf William, 1964, From these beginnings: the early philanthropies of Henry and Edsel Ford, 1911-1936, Michigan Amerika : Wayne State University Press.

Karen Wu, 2019, Should Our Company Establish a Corporate Foundation?, Perlmanandperlman 29 Agustus 2019 diakses dari https://www.perlmanandperlman.com/company-establish-corporate-foundation/ tanggal 19 November 2019

Sangkoyo Hendro, 2007, Wacana Filantropi Dalam Kapitalisme Gerak Cepat ,Jurnal Galang, Vol.2 No.2 April 2007, PIRAC, 2007, Opini, Hal 66 – 70 diakes tanggal 18 November 2019 dari http://jembatantiga.com/wp-content/uploads/Filantropi-adalah-Cerita-Tentang-Hak.pdf.

Wooster Martin Morse, _, Henry Ford, Philanthropyroundtable diakes dari https://www.philanthropyroundtable.org/almanac/people/hall-of-fame/detail/henry-ford, tanggal 18 November 2019

Yusuf Chusna, 2007, Filantropi Modern Untuk Pembangunan Sosial, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, Vol 12, No. 01, 2007 : 74-80, diakes dari https://media.neliti.com/media/publications/53001-ID-filantropi-modern-untuk-pembangunan-sosi.pdf, tanggal 20 November 2019

FENOMENA POLITIK KONSUMERISME SEBAGAI BENTUK FILANTROPI TIDAK LANGSUNG ATAU HANYA *GIMMICK*?

Astrid Ningtyas Febriyanti

Pada era *post modern* ini manusia tidak lepas dengan kehidupan konsumsi sehingga menjadi budaya yang penting dalam masa ini, khususnya pada konsumsi rumah tangga yang semakin tinggi dikarenakan kebutuhan yang beragam seperti berbelanja di *malls* sampai belanja kebutuhan rumah Seperti yang disampaikan oleh Ritzer (2001). Kebudayan konsumerisme inilah yang membuat beberapa instansi memanfaatkan momen ini untuk *self branding* produk untuk lebih dikenal masyarakat dengan membuka *charity* setiap pembelian produk dan diberikan untuk kelompok yang membutuhkan. Contoh seperti *Nike* dengan mengkampanyekan kesetaraan dalam permasalahan diskriminasi SARA seperti produk olahraga untuk wanita hijabi, maupun pembelian produk yang akan didonasikan pada gerakan *Black Lives Matter* dengan menggunakan Colin Kaepernick sebagai bintang utama yang merepresentasikan pendirian politik sebuah produk pada permasalahan rasial itu sehingga ketika konsumen akan mengkonsumsi produk tersebut sama saja dengan ikut serta dalam gerakan anti diskriminasi yang diangkat oleh Nike.

Tulisan ini akan menganalisa apakah fenomena konsumerisme politik yang dilakukan oleh beberapa produk di pasar termasuk dalam filantropi sosial dalam membantu permasalahan sosial yang ada atau hanya sebuah tokenistic gesture, dan bagaimana keadaan di *status quo*. Menurut Midgley (1995) filantropi adalah pendekatan mempromosikan kesejahteraan dalam upaya pengentasan kemiskinan maupun pengentasan permasalahan sosial

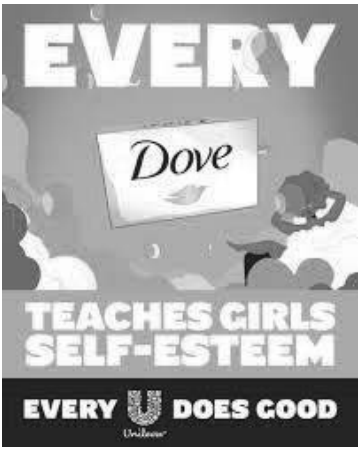
dalam diskriminasi sistem melalui pendekatan *social work, social service* dan kegiatan filantrofis dan ditujukan dengan tuntutan masyarakat untuk meprioritaskan meringankan beban orang miskin dan komunitas rentan sehingga bertujuan untuk pembanguna sosial dan keadilan sosial melalui bentuk kedarmawanan sosial untuk menjembatanijurang antara masyarakat. Praktik Filantropi sendiri sudah berlangsung lama di dalam masyarakat dan saat ini mulai dilakukan beberapa isntansi selain indvididu dalam melakukan kegiatan filantropi untuk menanggapi permasalahan sosial yang ada.

Gagasan dari fenomena *political consumerism* menurut Neilson (2010) mengakui bahwa pilihan konsumsi individu didasari oleh pandangan mapun keyakinan politik, etika, prinsip dan kepercayaan yang mendasari individu. Sehingga konsumer politik adalah individu yang menggunakan perilaku pasar mereka(seperti boikot) sebagai bentuk keterlibatan sipil dan cara untuk mendorong adanya perubahan sosial, konsumerisme politik biasanya dipandang sebagai tipe partisipasi politik yang memadukan antara swasta dan pemerintah meskipun keputusan untuk mengkonsumsi bisa dipandang sebagai sebagian besar pribadi. Instansi swasta/privat membawa tren konsumerisme politik ini untuk keprihatinan publik yang lebih besar dalam membuat keputusan pembelian produk dan kesadaran akan permasalahan sosial.

Beberapa perusahaan telah sadar bahwa seiring dengan berjalanya waktu dan banyaknya permasalahan sosial, pihak swasta juga mempunyai tanggung jawab sosial dalam menanganinya dikarenakan perusahaan harus memerhatikan etika bisnis dan memertahankan *goodwill.* Berdasarkan Porter dan Kramet (2001) terdapat filantrofi perusahaan yang baru yaitu *strategic philantrophy* sebagai paradigma baru yang dapat memberikan keuntungan sosial sembari meningkatkan keuntungan jangka panjang seperti menyebarluaskan eksistensi nama produk, membina kemitran antara unit bisnis, and meningkatkan moral dan loyalitas pekerja.

Sehingga usaha filantrofi perusahaan telah menjelajah melalui beberapa inovasi sebagai strategi bisnis yang sesuai dengan kompetensi mereka. Perusahaan dalam melakukan aktivitas filantrofi ini mempunyai mitra dalam penyaluran hibah seperti bekerja sama dengan lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, pemerintah, maupun lembaga riset sehingga dapat menyesuaikan dengan permasalahan yang ada di dalam masyarakat.

Seringkali perusahaan dalam melakukan kegiatan filantrofi ini membuka yayasan khusus untuk menangani dan mengkaji permasalahan yang ingin ditangani. Perusahaan yang sering dikenal dalam bidang filantrofi ini adalah Unilever yang sudah membuka beberapa cabang yayasan pada setiap negara seperti di Indonesia teradapat yayasan Unilever dan India yang bernama Hindustan Unilever Foundation. Unilever telah menyediakan harga yang relative rendah untuk masyarakat miskin di India dan Brazil, serta memproduksi deterjen sayang lingkungan, pada waktu yang bersamaan juga bekerja sama dengan organisasi wanita di India untuk mensejahterakan komunitas wanita rentan di India dengan pelatihan pembuatan produk dan bisnis retail untuk mendistribusikan produk unilever. Narasi yang dibentuk dari seluruh kegiatan ini adalah apabila konsumen membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan terkait secara tidak langsung juga membantu komunitas diatas dan berkontribusi terhadap penyelsaian permasalahan. Beberapa produk juga memasarkan produk dengan slogan filantrofi lingkungan seperti apabila membeli produk tersebut maka secara tidak langsung juga berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan, contoh adalah *The Body Shop* produk yang melabelkan sebagai produk sayang lingkungan sehingga setiap pembelian merupakan kontribusi terhadap permasalahan lingkungan atau sebuah langkah kecil.



Sumber : unilever.com

Sumber : thebodyshop.com

Manfaat dari adanya konsumerisme politik adalah menyediakan aksesinformasi yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dan aktivitas politik yang membuka pemikiran individu terhadap permasalahan yang ada, sehingga dapat menignakatkan kesadaran sosial dari berbagai sudut pandang dan membangun kecerdasan maupun kepekaan masyarakat (McAdam dan Paulsen,

1993) dimana McAdam dan pausen juga percaya bahwa fenomena konsumerisme politik juga mempengaruhi gerakan sosial dimana arus informasi mengenai akitvisme dan keikutertaan dalam mendukung suatu permasalahan menjadi akses yang mudah didapatkan dan diikuti sehingga menambah konstituensi suatu gerakan sosial sehingga akan meningkatkan posisi tawar dari suatu gerakan dengan massa yang banyak sehingga keinginan masyarakat rentan serta permasalahanya lebih mudah untuk didengarkan.

Namun, konsekuensi suatu perusahaan membuat produk yang secara tidak langsung membantu menyelesaikan permasalahan sosial juga membuka kemungkinan adanya pemantauan kritis dari konsumen dan masyarakat terhadap konsistensi dalam melakukan hal filantrofi tersebut. Sehingga masyarakat dapat memeriksa dengan penuh teliti atau *scrutinize* setiap aktivitas perusahaan apabila melakukan kesalahan maka akan ditindak lanjuti dan diberi hukuman. Contoh permasalahan ini seperti Unilever yang melakukan deforestasi di hutan Indonesia meskipun telah mempromosikan produk sayang lingkungan dan kampanye zero waste sehingga terdapat sanksi sosial yang besar berupa pembongkaran di artikel dan media massa untuk menjatuhkan nama produk agar jera dan juga melakukan aksi boikot terhadap produk sehingga terdapat sistem *check and balances* terhadap masyarakat dengan perusahaan.

Beberapa konsumen sangat sadar akan kekuatan mereka di dalam mekanisme pasar. Boikot misalnya, disukai oleh aktivis konsumen yang berupaya menghukum bisnis tertentu karena perilaku yang tidak menguntungkan, sedangkan buycotting mendukung bisnis tertentu yang menunjukkan perilaku positif(Friedman, 1996) Secara kolektif kegiatan boikot adalah alat untuk menggambarkan konsep konsumerisme politik dimana pilihan dari konsumen dalam membeli produk perusahaan

bertujuan untuk mengubah praktik negative dari pasar atau suatu perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan konsumerisme politik merupakan fenomena yang terjadi pada konsumen dan produsen dalam merespon permasalahan yang ada di masyarakat dengan cara mengintegrasikanya dengan budaya kapitalis era modern ini sehingga dalam menjalankan aktivitas pasar secara bersamaan dapat membantu menyelesaikan perasalahan sosial. Konsumerisme politik juga menyebarluaskan kesadaran masyarkat terhadap suatu gerakan sosial dan permasalahan yang ada dengan akses partisipasi yang mudah untuk diikuti sehingga dapat membantu menyelesaikan permasalahan secara signifikan melalui partisipasi masyarakat, hal lain juga terjadi perubahan terhadap pola bisnis perusahaan melakukan kegiatan bisnis dan secara bersamaan melakukan filantropi ini yaitu pola aktivitas yang semakin tidak bersifat negatif untuk memertahankan nama baik dan bertanggung jawab untuk di awasi/*scrutinize* dalam kegiatan ekonomi maupun filantrofi.

Daftar Pustaka

Ritzer, George. (2001). *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards, and Casinos.* Thou-sand Oaks, CA: Sage Publications.

Midgley, James O, 1995, *Social Development; the Developmental Perspective In Social Welfare*, London: Sage Publication

Porter, M. and Kramer, M. (2001). *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*. [online] Harvard Business Review. https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy [Diakkses 19 Nov. 2019].

McAdam, Doug and Ronnelle Paulsen. (1993). "Specifying the Relationship between Social Ties and Activ-ism" *American Journal of Sociology* 99:640–667.

Neilson, L. A., & Paxton, P. (2010). Social capital and political consumerism: A multilevel analysis. *Social Problems*, *57*(1), 5-24.

Friedman, Monroe. (1996). "A Positive Approach to Organized Consumer Action: The 'Buycott' as an Al-ternative to the Boycott." *Journal of Consumer Policy* 19:439–51.

PLATFORM DONASI ONLINE KITABISA.COM: PELUANG DAN ANCAMANNYA DI MASA MENDATANG

Reza Bagus Yustriawan

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini internet sudah menjangkau ke berbagai aspek dalam kehidupan kita. Sejalan dengan hal tersebut, menjadikan pengguna internet kian bertambah setiap tahunnya, karena memang dengan adanya intenet, banyak aktivitas kita yang menjadi semakin mudah. Dikutip dari laman berita online kompas.com (2019), Pengguna internet di Indonesia tercatat mengalami peningkatan di tahun 2018 lalu. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Hasilnya, menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet.

Seiring dengan kemajuan internet dan pertumbuhan penggunanya, maka semakin marak pula yang memanfaatkannya untuk membuat inovasi-inovasi yang mempermudah akses dalam berbagai bidang. Misalnya transportasi, kuliner, informasi, komunikasi dan masih banyak yang lainnya. Tidak terkecuali dalam bidang filantropi. Sebelumnya, permasalahan yang sering dihadapi jika seseorang ingin melakukan kegiatan filantropi adalah kurangnya informasi mengenai penerima bantuan dan kesulitan dalam proses penggalangan dana karena keterbatasan akses dan jangkauan informasi. Dalam hal ini, keterbatasan jangkauan akses merupakan masalah utamanya dapat diatasi menggunakan internet yang menghubungkan milyaran manusia di dunia. Salah satu

platform donasi online dan penggalangan dana yang ada di Indonesia adalah Kitabisa.

Siapa yang tidak tahu platform donasi online Kitabisa? hampir setiap hari di saat beraktivitas di media sosial, sangat mudah ditemui kampanye-kampanye donasi untuk tujuan sosial yang berasal dari penggalang dana melalui Kitabisa seperti gambar di atas. Banyak orang ingin melakukan kebaikan, dalam hal ini kegiatan yang bersifat filantropi, tetapi menemui jalan buntu. Kitabisa adalah situs penghubung kebaikan yang mempertemukan para pelaku kegiatan sosial dengan para donatur. Secara global, ide ini lebih dikenal dengan istilah *crowdfunding*. Di dalam Kitabisa, ide ini kemudian dimodifikasi dengan memfasilitasi gagasan dari kegiatan sosial dan mempertemukannya pada orang-orang baik yang ingin berdonasi di seluruh penjuru negeri. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa sumber dana merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan filantropi. Ide kegiatan sosial yang digalakkan dapat berbentuk apa saja, mulai dari pembangunan atau perbaikan ruang sekolah maupun infrastruktur publik (jembatan, bangunan, jalan, dll), pendidikan, rumah baca, kesehatan, kesenian dan kebudayaan, kepedulian, kampanye atau gerakan sosial, kewirausahaan, komunitas, dan masih banyak lagi. Setiap orang dapat berpartisipasi dengan memberikan dukungan dalam bentuk apa saja (uang, informasi, waktu, pikiran, barang-barang, dan sebagainya) melalui halaman profil kampanye di website Kitabisa. Setiap donasi yang terkumpul akan disalurkan kepada pemilik kampanye sosial setelah batas waktu penggalangan dana kampanye selesai. Sebagai bentuk pertanggungjawaban Kitabisa, seluruh proses dilakukan secara transparan dan akuntabel. Setiap donasi langsung terlihat pada halaman "donatur" dalam profil proyek di website Kitabisa. Demikian pula laporan pertanggungjawaban kegiatan dan keuangan.

Kitabisa pada awalnya merupakan gerakan sosial yang diprakarsai oleh Alfatih Timur (Timmy) pada tahun 2013. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2014 Kitabisa bertransformasi dan lebih berfokus menjadi platform galang dana dan berdonasi secara online. Hingga pada akhirnya pada tahun 2017 Kitabisa meluncurkan aplikasi untuk mempermudah proses penggalangan dana. Berdasarkan data per Maret 2019, dikutip dari website resmi Kitabisa, sudah 1.831.525 donatur yang tergabung, 22.401 kampanye terdanai, serta Rp. 637.424.986.959 donasi dan zakat yang sudah tersalurkan.

Pembahasan

Sebagai salah satu yayasan penggalang dana donasi atau dalam hal ini platform donasi online, Kitabisa dihadapkan pada keadaan pasar yang lebih kompetitif dalam menentukan strategi. Meskipun saat ini masih terbilang sedikit jumlah platform-platform donasi online yang ada di Indonesia, namun tidak mustahil akan berdatangan platform-platform donasi online pada masa yang akan dating. Selain itu, sebagai sebuah gerakan yang memiliki tujuan, tentunya dibutuhkan strategi-strategi agar tujuan tersebut dapat tercapai, salah satunya adalah menggunakan analisis SWOT. Menurut Nisak, Pengunaan analisis SWOT yang efektif dapat memegang peranan penting dalam menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusaahaan dalam menjaga kelangsungan hidup dan kontinuitas perusahaan.

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengeni peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan

menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Richard L. Daft 2010:253)

Selanjutnya Fredi Rangkuti (2004:18) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktorfaktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

Dari segi kekuatan (*strength*), Kitabisa sebagai salah satu inovator dalam penggalangan dana secara online, tentunya sudah merangkul banyak "orang baik" yang sudah berdonasi melalui Kitabisa. Selain itu, Kitabisa juga sudah memiliki izin PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) dari Kementerian Sosial dengan SK (Surat Keputusan) 382/HUK-UND/2019 untuk kategori umum dan 418/HUK-PS/2019 untuk kategori Bencana Alam, izin tersebut selalu diperbaharui setiap 3 bulan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Dengan adanya izin tersebut, Kitabisa dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kampanye-kampanye kegiatan sosial yang dibuat melalui platform donasi online Kitabisa.

Kelebihan lainnya dari Kitabisa adalah akses yang mudah. Memanfaatkan kecanggihan teknologi, Kitabisa memfasilitasi siapa saja yang ingin menggalang dana secara *online*. Dengan ini memudahkan penggalang dana untuk mendapatkan donatur yang lebih banyak serta mempromosikan kampanye penggalangan dananya secara lebih luas, serta mempermudah donatur untuk

mencari penerima donasi. Selain itu juga kemudahan pembayaran donasi yang sudah bekerja sama dengan beberapa platform pembayaran online seperti Gopay, LinkAja, serta transfer bank. Jumlah donasi yang diberikan pun tidak terbatas, mulai dari Rp. 1000 saja, setiap orang dapat memberikan donasi dan membantu sesame. Tentunya transaksi yang berbasis serba digital ini semakin diminati seiring dengan kebiasaan masyarakat saat ini yang serba online.

Dari segi kelemahan (*weakness*), Kitabisa terbilang lama dalam proses birokrasi pencairan dana donasi. Temuan ini saya dapatkan dari beberapa ulasan di Google Maps dari lokasi kantor Kitabisa yang terletak di Jakarta Selatan. Dari ulasan yang saya temui, beberapa orang menanyakan terkait durasi pencairan dana yang terbilang lama, sedangkan dana yang sudah terkumpul sangat dibutuhkan untuk biaya berobat penerima donasi. Temuan lainnya yaitu kurangnya informasi bagi penggalang dana terkait pencairan dana donasi, disebutkan bahwa sudah sampai 7 hari atau seminggu, dana yang terkumpul belum juga cair serta tidak tahu harus menghubungi siapa terkait pencairan dana. Langkah strategis yang harus diambil oleh Kitabisa untuk mengatasi permasalahan ini yaitu membuat prosedur pencairan dana yang lebih cepat lagi, misalnya melalui bekerjasama dengan beberapa bank dalam pencairan dana. Selain itu juga mempunyai layanan *customer service* aktif yang dapat diakses oleh siapapun, sehingga baik penggalang dana maupun donatur bisa mendapatkan informasi yang diinginkan dengan cepat. Meskipun saat ini sudah ada artikel-artikel mengenai Q&A di website resmi Kitabisa, namun tidak semua orang mengetahui hal tersebut, sehingga dengan adanya layanan *customer service* yang aktif, kelemahan tersebut dapat tertutupi.

Selain itu, karena merupakan platform penggalang dana, kegiatan sosial atau filantropi sosial yang digalakkan melalui Kitabisa hanya sebatas *charity* saja, sehingga tidak bersifat *sustain* atau berkelanjutan. Mengapa demikian? Karena dana yang

terkumpul nantinya akan diberikan secara langsung pada penerima tanpa adanya pendampingan lebih lanjut, sehingga ketika dananya sudah habis terpakai maka selesai sudah. Hanya jika penerima manfaat memiliki jiwa *entrepreneur* (kewirausahaan) lah dana yang diberikan akan memiliki manfaat yang berkelanjutan. Untuk mengatasi masalah ini, Kitabisa harus bekerjasama atau bermitra dengan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang sosial dalam hal pengelolaan dan pemberian dana donasi pada masyarakat.

Dari segi ancaman (*threats*), Kitabisa kurang memberikan informasi terkait pemotongan 5% sebagai biaya jasa dari total dana yang terkumpul di awal pembentukan kampanye. Informasi dari situs Kitabisa bahwa biaya administrasi sebesar 5% yang dikenakan pada donasi online. Kecuali untuk kategori zakat dan bencana alam yang disalurkan melalui organisasi terverifikasi/berbadan hukum dan partner Kitabisa. Di awal pembuatan kampanye penggalangan dana Kitabisa belum mencantumkan informasi ini sehingga beberapa pihak mengeluhkan adanya kebijakan ini. Salah satunya adalah yang saya temui juga di halaman ulasan Google Maps lokasi Kantor Kitabisa di Jakarta Selatan, salah satu ulasan negatif yang saya temui adalah kekecewaan terhadap sistem pemotongan 5% dari dana yang terkumpul, hal ini dikarenakan sejak awal si penggalang dana tidak mengetahui kebijakan biaya administrasi jasa yang dikenakan. Tentunya hal ini dapat menjadi ancaman bagi Kitabisa kedepannya, karena dapat menurunkan kepercayaan masyarakat untuk memberikan donasi melalui platform donasi online Kitabisa.

Ancaman lainnya yang akan dihadapi Kitabisa di masa yang akan dating yaitu berkurangnya kepercayaan pada platform ini karena beberapa kasus misalnya dana yang terkumpul dibawa kabur oleh penggalang dana serta penerima fiktif. Karena berbasis online dan tidak bertatap muka secara langsung, penggalang dana ataupun penerima bantuan sangat mungkin merupakan orang yang tidak jujur. Nantinya hal ini tentu akan memperburuk citra Kitabisa

sebagai platform pengumpul donasi serta membuat orang tidak lagi percaya. Langkah yang bisa diambil oleh Kitabisa untuk mengatasi perihal penggalang dana yang tidak jujur adalah dengan verifikasi seluruh penggalang dana, minimal verifikasi KTP. Kemudian seluruh penggalang dana wajib membuat laporan pertanggungjawaban yang template-nya sudah ada, sehingga yang harus dilakukan hanya mengisi data serta mengupload bukti-bukti pembayaran atau kegiatan. Nantinya laporan pertanggungjawaban serta foto-foto yang dilampirkan oleh penggalang dana akan dilaporkan kepada para donatur, sehingga adanya transparansi dana yang sudah donatur berikan. Kemudian untuk mengatasi penerima donatur yang fiktif, langkah yang bisa dilakukan oleh Kitabisa adalah membentuk tim yang tugasnya untuk melakukan verifikasi terkait penerima donasi, hal ini untuk memastikan bahwa penerima donasi bukan fiktif dan benar membutuhkan donasi.

Peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh Kitabisa adalah donatur yang tidak terbatas dan akses yang mudah. Oleh karena itu, sebaiknya Kitabisa dapat memanfaatkan peluang ini untuk mencari donatur tetap dengan menawarkan beberapa keuntungan yang dapat diperoleh donatur tetap. Misalnya menggunakan poin yang dapat ditukarkan dengan kupon diskon ataupun keuntungan-keuntungan lainnya. Hal ini tentunya akan lebih menaikkan minat masyarakat untuk berdonasi. Selain itu, memberikan poin pada donatur yang mau ikut serta membagikan kampanye penggalangan dana di media sosial masing-masing, sehingga penyebaran informasi lebih efisien dan menjangkau lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

Freddy Rangkuti. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia: Jakarta.

Nisak, Zuhrotun. Tanpa Tahun. *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. journal.unisla.ac.id [Online]. Diakses pada 16 November 2019

Richard L. Daft. 2010. *Era Baru Manajemen,Edward Tanujaya, Edisi 9*. Salemba Empat: Jakarta.

https://kitabisa.com/about-us

https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa

FILANTROPI & BUDAYA

TRADISI BEAS PERELEK ATAU BERAS PERELEK SEBAGAI BENTUK FILANTROPI MODAL SOSIAL BAGI MASYARAKAT PURWAKARTA

Damiana Vania Puspita

Pendahuluan

Beras merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat Purwakarta. Menurut Kepala Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Purwakarta, Agus Rachlan Suherlan, hingga Januari 2018 angka konsumsi beras di Purwakarta masih di atas 100 kilogram per tahunnya. Sedangkan, tingkat konsumsi beras masyarakat modern seharusnya 80-90 kilogram per kapita per tahun. Hal tersebut didukung oleh tersedianya beras di wilayah tersebut. Masih dari sumber yang sama, pada tahun 2017, petani di Purwakarta mendapat surplus panen beras. Para petani menanam padi di area sawah seluas 42.550 hektar dan memanen 6,3 ton gabah kering giling (GKG). Total hasil panen padi petani Purwakarta pada tahun 2017 adalah 268.097 ton GKG dan dikalikan dengan nilai konstanta konversi gabah kering giling ke beras, sehingga menjadi 167.480 ton beras. Berdasarkan data tersebut, maka dapat dikatakan bahwa potensi produksi beras di daerah Purwakarta masih dapat mencukupi kebutuhan konsumsi masyarakatnya. Disamping itu, karena adanya surplus beras, maka Bupati Purwakarta periode 2008-2013 dan 2013-2018, Dedi Mulyadi, berpendapat bahwa Purwakarta belum membutuhkan beras impor. Namun, perlu adanya perubahan regulasi dan pengelolaan distribusi beras untuk menghindari impor beras.

Berkaitan dengan keinginan untuk menghindari impor beras tersebut, maka pemerintah telah menyiapkan sebuah kebijakan.

Kebijakan tersebut bernama Gerakan Beras Perelek. Gerakan Beras Perelek diberlakukan baik di daerah pedesaan maupun perkotaan. Cara kerjanya berupa subsidi silang antara masyarakat yang mampu dan yang kurang mampu. Gerakan Beras Perelek diharapkan mampu membantu pemerintah dalam mendistribusikan kesejahteraan dan menjaga ketahanan pangan di Purwakarta melalui sifat kepedulian dan gotong royong yang ada di masyarakat. Kebijakan ini merupakan gagasan dari Dedi Mulyadi yang ingin menghidupkan kembali tradisi beas atau beras perelek yang ada di Jawa Barat. Tradisi beas perelek merupakan bentuk kepedulian masyarakat Purwakarta dengan cara menyumbangkan sedikit beras yang dimiliki secara kolektif dan bersifat sukarela. Nantinya, sumbangan beras tersebut akan diambil dan dikumpulkan oleh petugas yang ada di tiap RT dan dari satu rumah ke rumah yang lain. Ketika sudah terkumpul maka beras akan dibagi dan diberikan pada mereka yang kurang mampu atau pada korban bencana alam. Beras dipilih karena beras merupakan salah satu makanan pokok orang Indonesia, termasuk bagi masyarakat Purwakarta yang tingkat konsumsi berasnya masih terbilang tinggi. Walau dinilai sangat inspiratif, namun pada kenyataannya kebijakan ini sudah jarang didengar lagi setelah pergantian kepemimpinan. Tetapi, pemerintah saat ini masih memiliki program terkait penyediaan beras bagi masyarakat yang kurang mampu, namun dengan nama dan cara yang berbeda. Program tersebut bernama Beras Welas Asih.

Pembahasan

Tradisi beas perelek yang berkembang di daerah Jawa Barat merupakan salah satu bentuk filantropi modal sosial. Filantropi sendiri merupakan bentuk kepedulian dan kedermawanan manusia pada sesamanya dengan menyumbangkan ide, waktu, barang, atau tenaga yang dapat digunakan untuk membantu sesama manusia. Sedangkan, modal sosial menurut Hanifan (1916) bukanlah modal

dalam arti biasa seperti harta kekayaan atau uang, tapi lebih mengandung arti kiasan, namun merupakan aset atau modal nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat. Modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerja sama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial. Hal inilah yang sempat diusahakan oleh pemerintah Purwakarta, yaitu terkait simpati atau kepedulian warga Purwakarta terhadap sesamanya sehingga mau menyumbangkan sebagian beras miliknya. Pemerintah Purwakarta sempat mencoba kebijakan Gerakan Beras Perelek yang bertujuan untuk memeratakan kesejahteraan masyarakat Purwakarta di bidang ketahanan pangan melalui pendekatan tradisi beas perelek. Tradisi yang sudah ada dan berkembang di masyarakat Purwakarta dihidupkan kembali oleh pemerintah sehingga masyarakat tidak asing dan mudah menerima kebijakan pemerintah tersebut.

Tradisi beas perelek yang berkembang di Jawa Barat, termasuk Purwakarta, merupakan sebuah tradisi yang berbasis gotong royong dan bergerak dari rasa kepedulian serta solidaritas manusia sebagai sebuah kelompok sosial. Adanya rasa saling terikat dan usaha untuk saling menolong satu sama lain inilah yang disebut sebagai modal sosial. Disamping itu, tradisi beas perelek juga merupakan wujud dari filantropi sosial, dimana tradisi ini merupakan bentuk kerelaan dan kedermawanan manusia. Sehingga, pelaksanaan tradisi beas perelek merupakan salah satu contoh filantropi modal sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya masyarakat di Jawa Barat.

Dedi Mulyadi, Bupati Purwakarta periode 2008-2013 dan 2013-2018, menyadari pentingnya peran tradisi beas perelek untuk masyarakat Purwakarta. Sehingga, beliau memutuskan untuk membuat kebijakan yang berangkat dari tradisi ini. Tradisi menyumbang dalam beas perelek tidak terlalu memberatkan masyarakat, karena sumbangan merupakan total dari tiap

masyarakat yang menyisihkan sedikit beras miliknya secara sukarela. Bahkan, pemerintah sempat meluncurkan *e-perelek* (*electronic perelek*), yaitu pelibatan teknologi dalam pelaksanaan tradisi beas perelek mengingat saat ini sudah memasuki masa digitalisasi. Hal ini merupakan salah satu bentuk adanya intervensi atau pengaruh dari kemajuan teknologi yang berdampak pada terbentuknya filantropi modern.

Filantropi modal sosial di era modern seperti saat ini memiliki peranan yang cukup penting bagi masyarakat. Walaupun sekarang semua serba ada dan teknologi berkembang pesat, nyatanya Indonesia belum mampu mewujudkan *decent life* atau kehidupan yang layak bagi masyarakat. Beragamnya masalah sosial dan tingginya angka ketimpangan sosial menjadi bukti bahwa belum semua masyarakat di Indonesia mampu mencukupi kebutuhan hidupnya. Disinilah peran filantropi sosial dibutuhkan. Filantropi sosial merupakan sebuah sarana untuk mewujudkan kehidupan yang layak. Adanya modal sosial dalam suatu masyarakat turut mendorong perkembangan filantropi sosial. Sebagai contoh, modal sosial pada masyarakat di pedesaan cenderung lebih nampak apabila dibandingkan dengan masyarakat di perkotaan. Solidaritas sosial dan rasa kesetiakawanan masyarakat di pedesaan lebih terasa sehingga budaya menyumbang dan gotong royong masih banyak dilakukan. Sedangkan di wilayah kota, sifat masyarakatnya lebih individual serta orientasinya sudah berbeda dengan masyarakat di pedesaan, dimana orientasi masyarakat di wilayah perkotaan lebih pada keuntungan pribadi. Sehingga, filantropi modal sosial lebih mudah berkembang di wilayah yang belum begitu terpapar dampak dari modernisasi. Meski demikian, bukan berarti filantropi modal sosial tidak dapat diterapkan di wilayah perkotaan. Hanya saja tantangan dalam menerapkan filantropi modal sosial di wilayah perkotaan akan lebih berat jika dibandingkan dengan wilayah pedesaan.

Penerapan kebijakan yang berangkat dari tradisi di masyarakat seperti kebijakan Gerakan Beras Perelek yang dilakukan di Purwakarta merupakan salah satu usaha mewujudkan filantropi berbasis modal sosial. Walaupun setiap masyarakat hanya menyisihkan sedikit beras, nantinya beras-beras tersebut akan dikumpulkan dan dibagikan kepada warga yang kurang mampu atau kepada korban-korban bencana alam. Dengan tersalurkannya beras sumbangan dari mereka yang memberi kepada mereka yang membutuhkan, maka membantu usaha mewujudkan kesejahteraan sosial terutama dibidang pangan.

Tradisi yang berkembang di wilayah lain dan serupa dengan beas perelek ialah jimpitan. Tradisi ini hampir sama dengan beas perelek, dimana tiap orang akan menyiapkan sedikit uang, beras, atau barang lainnya yang selanjutnya dikumpulkan dan disalurkan kepada mereka yang kurang mampu. Hal ini adalah salah satu bukti bahwa filantropi modal sosial dilakukan oleh masyarakat Indonesia di berbagai wilayah dan yang berbeda hanyalah sebutannya. Modal sosial di Indonesia masih terbilang tinggi dan dapat menjadi pendorong untuk melakukan filantropi sosial sebagai sarana menciptakan serta meratakan kehidupan yang layak di Indonesia. Bentuk dari filantropi modal sosial tidak hanya berupa sumbangan barang, tetapi juga dapat berupa ide, tenaga, waktu, dan sebagainya yang bertujuan untuk menolong orang lain. Sehingga, contoh dari bentuk filantropi modal sosial bukan hanya sumbangan uang, beras, atau barang lainnya, tetapi dapat juga berupa gotong royong atau kerja sama masyarakat dalam mencapai tujuan yang sama.

Kesimpulan

Modal sosial yang ada di Indonesia dapat dijadikan sebagai pendorong filantropi sosial. Walau nampak sepele, namun filantropi modal sosial dapat memberi dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Filantropi modal sosial dapat membantu masyarakat

dalam menciptakan kehidupan yang layak bagi sesamanya. Disamping itu, filantropi modal sosial dapat membantu pemerintah dalam memeratakan kesejahteraan di Indonesia. Kebijakan Gerakan Beras Perelek yang pernah dilakukan oleh pemerintah Purwakarta dapat menjadi salah satu contoh penerapan filantropi modal sosial. Kebijakan Gerakan Beras Perelek menggunakan pendekatan tradisi beas perelek yang sudah berkembang di masyarakat. Sehingga, kebijakan tersebut mudah diterima dan dilaksanakan oleh masyarakat Purwakarta. Selain itu, pemerintah Purwakarta juga menyediakan *e-perelek*, dimana data terkait penerapan tradisi beas perelek dicatat dan dipantau melalui sarana digital sehingga lebih tertata dan transparan. Mungkin kebijakan yang berangkat dari filantropi modal sosial seperti yang sempat diterapkan di Purwakarta dapat menjadi contoh bagi wilayah lain dalam merumuskan suatu program agar lebih mudah diterima dan dilaksanakan oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Hanifan, L. J., 1916, The Rural School Community Center, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67 : 130-138. https://www.jstor.org/stable/pdf/1013498.pdf, diakses tanggal 17 November 2019.

Maulud, M. I., 2018, *Purwakarta Alami Surplus, Belum Butuh Beras Impor*, pikiran-rakyat 22 Januari 2018 diakses dari https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/2018/01/22/purwakarta-alami-surplus-belum-butuh-beras-impor-418399 tanggal 18 November 2019.

Mulyana., 2017, *Gerakan Beras Perelek, Program Dedi Mulyadi Cegah Warga Krisis Pangan di Purwakarta*, okezone 1 Juni 2017 diakses dari https://news.okezone.com/read/2017/06/01/525/1705366/

gerakan-beras-perelek-program-dedi-mulyadi-cegah-warga-krisis-pangan-di-purwakarta tanggal 19 November 2019.

Putra, I. R., 2018, *Produksi beras Purwakarta surplus 20.000 ton*, merdeka 18 Januari 2018 diakses dari https:// www.merdeka.com/uang/produksi-beras-purwakarta-surplus-20000-ton.html tanggal 19 November 2019.

Putri, K. A., & Amal, I., 2019, E-Perelek: Penguatan Pangan Melalui Inovasi Kebijakan Berbasis Modal Sosial dan Teknologi di Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat, *Simulacra*, Vol. 2, pp.65-73. journal.trunojoyo.ac.id/simulacra/article/download/5522/3706, diakses tanggal 17 November 2019.

Ramdhani, G., 2019, *Program Beras Welas Asih, Upaya Purwakarta Membangun Ketahanan Pangan,* liputan6 29 Oktober 2019 diakses dari https://www.liputan6.com /news/read/4097672/program-beras-welas-asih-upaya-purwakarta-membangun-ketahanan-pangan tanggal 18 November 2019.

Rusnandar, N., 2016, Beas Perelek : Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Purwakarta, *Patanjala*, Vol. 8, pp.301-316. ejurnalpatanjala.kemdikbud.go.id/patanjala/index.php/patanjala/article/viewFile/11/2, diakses tanggal 17 November 2019.

Salam, B., 2018, *Dedi Mulyadi sebut Purwakarta belum butuh impor beras*, merdeka 23 Januari 2018 diakses dari https:/ /www.merdeka.com/peristiwa/dedi-mulyadi-sebut-purwakarta-belum-butuh-impor-beras.html tanggal 19 November 2019.

Winarsih, I. N., 2018, *Konsumsi Beras Purwakarta Tinggi*, republika 21 Januari 2018 diakses dari https://www.republika.co.id /berita/ekonomi/pertanian/18/01/21/p2webv382-konsumsi-beras-purwakarta-tinggi tanggal 18 November 2019.

FILANTROPI KEBUDAYAAN

Taufiq Noor Huda

Pendahuluan

Filantropi berasal dari bahsa Yunani, *Philos* berarti cinta dan *Anthropos* berarti manusia. Sehingga secara. harfiah fiantropi adalah konsep dari praktek memberi, pelayanan, dan asosiasi dengan sukarela untuk membantu pihak lain yang membutuhkan. Filantropi pada awal perkembangannya berasal dari konsep *Civil Society*. Dimana dalam mencapai masyarakat madani (*civil society*) maka perlu meningkatkan keberdayaan masyarakat. Filantropi juga salah satu strategi dalam menciptakan masyarakat yang sejahtera. Umumnya banyak terjadi di negara berkembang dimana peran komunitas lebih besar dalam hal untuk meningkatkan kesejahteraan.Dasar-dasar dalam berfilantropi pada awalnya berasal dari ajaran agama, karena dalam semua ajaran agama itu terdapat ajakan untuk melakukan filantropi dan ada yang bersifat wajib dan ada yang bersifat apabila mampu saja. Kemudian pada masa sekarang filantropi tidak hanya berdasarkan ajaran agama saja tetapi sudah berkembang menjadi lebih modern, dimana tidak ada batasan-batasan baik agama, suku, wilayah, dll dalam melakukan filantropi. Filantropi Tradisional hanya dapat mencakup masyarakat yang sama dengan yang memberi filantropi, misalnya dalam filantropi di agama Islam. Maka yang berhak menerima hanyalah yang beragama Islam saja. Kemudia berkembanglah filantropi modern yang mana kemudian menghilangkan batasan itu. Semula menggunakan basis agama seperti filantropi Islam, filantropi Kristen, dll. Sekarang menjadi lebih terkenal dengan sebutan filantropi sosial.

Filantropi sosial yang pada masa sekarang lebih mengarah ke upaya untuk mensejahterakan masyarakat menuju masyarakat madani Tidak hanya berfilantropi untuk membantu mengatasi masalah saja, namun lebih untuk bagaimana cara agar yang dibantu tersebut tidak lagi terjebak dalam maslaha yang sama atau dapat dikatakan terbebas dari masalah tersebut. Kegiatan filantropi seharusnya menjadi budaya baru, dimana berfilantropi tidak hanya karena kewajiban dari suatu ajaran agama saja tetapi sudah menjadi kemauan sendiri. Dengan begitu juga diharapkan dapat menjadi pendorong dalam pencapaian kesejahteraan. Semakin berkembang suatu negara yang tentunya semakin besar juga pengaruh dari negara yang bekerjasama, tidak terkecuali pada sektor budaya. Pada saat ini budaya di Indonesia sudah mulai tergeser dengan budaya asing yang masuk. Generasi muda Indonesia yang sudah jarang memperhatikan budayanya sendiri dan hanya generasi yang sudah bukan tergolong muda lagi yang masih melestarikan. Sektor budaya lebih cenderung tidak mendapat akses yang baik dalam mendapatkan dana. Berbeda dengan sektor ekonomi, sektor budaya hanya akan menghabiskan dana tanpa menghasilkan keuntungan yang berarti. Padahal budaya itu sendiri merupakan kekayaan yang berharga.

Pembahasan

Filantropi sosial merupakan kegiatan sukarela yang bertujuan untuk menbantu orang lain, dapat berupa finasial, tenaga, maupun barang. Filantropi juga terbagi menjadi dua jenis, yaitu filantropi tradisional dan filantropi modern. Filantropi Tradisional lebih bersifat individual, dimana dalam melakukan filantropi pemberi filantropi atau para dermawan justru didorong oleh maksud untuk menunjukkan atau menaikkan status mereka. Sehingga model seperti ini justru menambah parah. Selain itu juga Filantropi Tradisional juga hanya mampu mengobati penyakit

kemiskinan yang disebabkan dari ketidakadilan struktur. Filantropi Modern atau yang sering disebut dengan filantropi untuk pembangunan dan keadilan sosial. Filantropi ini bertujuan untuk menjembatani jurang antara si kaya dan si miskin. Cara yang digunakan adalah dengan memobilisasi sumberdaya untuk mendukung kegiatan yang menggugat ketidakadilan struktur yang kemudian menyebabkan kemiskinan dan Filantropi Modern juga dapat mencakup sasran dan jenis kegiatan yang lebih luas, sehingga dampak yang dirasakan di masyarakat lebih besar.

Filantropi pada saat ini tidak hanya terdapat di sektor sosial dan ekonomi saja tetapi juga sudah masuk ke sektor budaya. Tidak hanya kegiatan filantropi yang menjadi budaya saja, namun juga sektor budaya seperti kesenian sekarang mendapat perhatian dari yayasan yayasan filantropi. Salah satu upaya filantropi dalam upaya untuk mendukung kesenian dengan pembukaan museum seni privat, seperti Art:1, Museum MACAN di Jakarta, dan Museum Temurun di Solo. Filantropi semacam ini tentunya sangat dibutuhkan sebagai upaya untuk mendukung kesenian di Indonesia. Pada saat ini para pembuat maupun penikmat karya seni tidak memiliki tempat yang nyaman untuk memperlihatkan karya seninya. Seperti jika ada kolektor lokal yang ingin membuka museum, untuk mendapatkan izin dan bantuan dari pemerintah saja sulit. Sedangkan di luar Indonesia, Beijing contohnya para seniman ataupu kolektor diberi wadah dan tempat untuk mengembangkan kemapuannya dan banyak juga yang berasal dari Indonesia untuk memajang koleksi karya seninya disana. Tentunya jika terus dibiarkan bisa jadi para pemilik karya seni tersebut memilih memajangnya di luar negara Indonesia dan tentunya masyrakat kita tidak dapat ikut menikmati. Selain itu juga kurangnya kesadaran dan informasi di masyarakat tentang pentinya budaya menyebabkan sikap masyarakat yang biasa saja dan cenderung tidak ingin terlibat. Pada kasus seperti ini tentunya butuh suatu lembaga atau yayasan

yang dapat menjadi jembatan antara para pelaku filantropi dengan para penerima. Karena masyarakat juga merasa awam dan bahkan tidak mendapat informasi tentang adanya filantropi untuk mendukung sektor budaya.

Berdasarkan penelitian dari Koalisi Seni Indonesia tahun 2015 tentang keberlangsungan 227 lembaga seni yang terdapat di 8 kota di Indonesia, total hanya 15% lembaga seni yang memiliki akses dana publik yang disediakan oleh pemerintah daerah dan nasional. Sedangkan sekitar 79% lembaga mengandalkan pendanaan utama secara swadaya. Filantropi di Indonesia untuk sektor seni dan kebudayaan pernah diteliti oleh lembaga PIRAC (Public Interest Research and Advocacy) yang menunjukkan hasil bahwa seni masih belum menjadi prioritas fokus kedermawanan. Tahun 2007, dari 1.372 kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan-perusahaan swasta, dengan nilai dukungan mencapai Rp 44 miliar namun hanya sekitar 18,1% yang ditujukan untuk seni dan budaya. Sebenarnya pendanaan pokok untuk pengembangan budaya sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan kebudayaa, namun dana tersebut masih belum dapat dimanfaatkan dengan efisien.

Salah satu lembaga atau yayasan Filantropi modern yang mengumpulkan dana untuk bidang budaya atau kesenian adalah Dompet Dhuafa. Dompet Dhuafa Republika merupakan lembaga pegelola filantropi modern yang berbasis Islam di Indonesia. Sumber dana yang didapatkan bersal dari zakat, donasi, dan wakaf. Muncul akibat dari adanya era digital menjadikan Dompet Dhuafa menjadi populer di masyarakat. Hal tersebut dikarenakan membuat semakin praktis dan mudah dalam melakukan kegiatan filantropi. Bagi umat agama Islam dimudahkan dalam berzakat. Bisa dilakukan dimana saja, karena sudah tidak perlu bertemu secara langsung dan tidak repot untuk mencari orang yang akan menerima zakat. Karena Dompet Dhuafa sudah memfasilitasi hal tersebut. begitu juga

dengan donasi dan wakaf. Bisa dilakukan dimana saja, dengan hanya lewat website atau bisa dengan medatangi kantor Dompet Dhuafa secara langsung.

Dompet Dhuafa juga menjadi lembga filantropi islam yang sudah lama memberi perhatian pada kelestarian budaya. Dalam rangka upaya melestarikan budaya nusantara, Dompet Dhuafa menginisiasi dan meluncurkan program gerakan Donasi Dukung Budaya pada hari Kamis (10/01/2019) bertempatan di Pendopo Suluk Nusantara, Depok, Jawa Barat. Dalam peluncuran programnya Dompet Dhuafa disaksikan oleh pengiat seni tradisonal yang bergabung dalam Paguyuban Budaya Suluk Nusantara. Dalam acara tersebut juga Dompet Dhuafa membagikan kartu Proseni. Kartu Proseni tersebut merupakan bentuk upaya untuk memperhatikan para seniman Indonesia. Dengan banyaknya permasalahan yang dialami oleh seniman, Dompet Dhuafa mengajak masyarakat untuk berdonasi melalui *website* budaya Dompet Dhuafa sebagai wujud mensejahterakan budayawan yang setiap harinya konsisten nenegakkan kearifan budaya negeri.

Penutup

Dompet Dhuafa sebagai lembaga filantropi yang berbasis Islam tidak hanya bergerak di bidang agama saja tetapi juga dapat menjangkau ke segala sektor, salah satunya juga memperhatikan masalah kebudayaan. Hal tersebut tentunya sangan bermanfaat bagi negara dan para seniman, dimana mereka sama-sama diuntungkan. Walaupun Dompet Dhuafa tidak mengeluarkan dana secara langsung karena dana tersebut berasal dari donasi, namun peran lembaga Dompet Dhuafa sangat penting sebagai perantara antara pihak yang ingin berfilantropi atau para dermawan dengan orang yang berhak mendapatkan donasi. Karena banyak ditemui bahwa masyarakat tidak tahu bagaimana cara untuk berdonasi untuk bidang budaya, karena kebanyakan lembaga fialntropi yang ada

hanya berfokus pada sosial dan ekonomi saja. Dari pembahasan sebelumnya juga menjelaskan bahwa Dompet Dhuafa tidak hanya memperhatikan budaya dan kesenian saja tetapi juga senimannya, dengan memberi kartu Proseni yang berfungsi sebagai kartu asuransi.

Daftar Pustaka

Dompet Dhuafa, 2019, *Muda Jaga Budaya Nusantara, Dompet Dhuafa Luncurkan DD Budaya,* Dompet Duafa 1 Februari 2019 diakses dari https://www.dompetdhuafa.org/post/detail/9010/muda-jaga-budaya-nusantara--dompet-dhuafa-luncurkan-dd-budaya tanggal 10 November 2019.

Jusuf, Chusnan, 2007, FILANTROPI MODERN UNTUK PEMBANGUNAN SOSIAL*, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, Vol 12, No. 01, pp. 74-80.

Sidebang, Flori dan Dwi Murdaningsih, 2019, *Dompet Dhuafa Rilis Website Budaya,* Dompet Dhuafa 10 Jan 2019 diakses dari https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/19/01/10/pl4aem368-dompet-dhuafa-rilis-website-budaya tanggal 10 November 2019.

Zulaikha, Mimi, 2017, *Klaster Filantropi Kesenian dan Kebudayaan Indonesia: Langkah Galang Sumber Daya untuk Dukung Kemajuan Indonesia,* Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) 7 Desember 2017 diakses dari https://www.bekraf.go.id/berita/page/10/klaster-filantropi-kesenian-dan-kebudayaan-indonesia-langkah-galang-sumber-daya-untuk-dukung-kemajuan-indonesia tanggal 10 November 2019.

FILANTROPI DI ERA PERKEMBANGAN *POP CULTURE*: MUSIK SEBAGAI MEDIA PENGGERAK FILANTROPI

Ramadhani Tareq Kemal P

Pendahuluan

Di era modern seperti sekarang, fungsi kesenian mulai banyak bergeser, dari yang semula sebagai bentuk ritual-ritual yang sifatnya religius, kini berubah menjadi sarana untuk mengemukakan ekspresi estetik, penyampaian pandangan politik, hingga menegaskan identitas kultural.[1]Kesenian merupakan suatu hal yang tidak bebas nilai, karya seni selalu membawa bersamanya nilai-nilai yang dianut oleh sang pembuat. Melalui kesenian, seorang individu maupun sebuah kelompok dapat menyampaikan tidak hanya ekpresi estetiknya, namun juga termasuk didalamnya nilai-nilai budaya, religius, politik, dan ideologi masing-masing.

Musik salah satunya, musik senantiasa hadir dalam berbagai sendi kehidupan manusia melalui berbagai media. Bagi sebagian orang termasuk peneliti, musik mampu memberikan ketenangan dan kenyamanan bagi yang mendengarkan. Musik bukanlah bahasa konvensional seperti bahasa Indonesia, Inggris, Jepang, Cina, dan lain-lain. Namun dapat dikatakan sebagai sebuah sistem nilai yang mewakili suasana, perasaan, bahkan sebuah gagasan, hingga gerakan sekalipun. Identik sebagai wujud ekspresi seorang pencipta tentang suatu hal yang dilihat, didengar, atau dialaminya. Dalam mengekspresikan musik, pencipta lagu melakukan permainan kata-kata guna menciptakan daya tarik terhadap lirik lagunya. Karena itu,

[1] Ministry of Foreign Affair of Denmark, *The Right to Art and Culture Strategic Framework for Culture and Development*, (Copenhagen: Ministry of Foreign Affair of Denmark, 2013), hlm. 4-6.

bahasa yang digunakan tidak sama dengan bahasa sehari-hari atau bahasa ilmiah. Bahasa dalam lirik lagu, tergolong laras bahasa sastra. Kata-kata dalam laras bahasa sastra bersifat ambigu dan penuh ekspresi.

Bahasa memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung aktivitas musik yang terus berkembang. Dukungan bahasa terhadap eksistensi musik sudah tidak diragukan lagi. Bahasa tampil sebagai alat untuk mengekspresikan keindahan musik. Perpaduan kata-kata dalam lirik sebuah lagu ditambah dengan alunan nada-nada musik yang serasi telah memberi makna tersendiri bagi penikmat musik. Melalui musik, bahasa seakan memiliki kekuatan makna yang dahsyat. Tidak mengherankan jika pencipta lagu yang juga disebut musisi adalah pekerja seni. Pasalnya, untuk menciptakan sebuah lirik lagu yang sesuai dengan harmoni, nada, dan iramanya, mereka harus bekerja keras. Maka dari itu dengan memanfaatkan adanya lirik dalam setiap lagu, pemusik dapat menyisipkan pesan-pesan yang dapatmenggugah polapikir serta tindakan khususnya yang mengarah pada perubahan ke arah yang lebih baik lagi.

Pembahasan

Perilaku manusia berkenaan dengan diri sendiri dan sosial, perilaku filantropi adalah salah satu yang berkenaan dengan sosial. Dalam kamus Ensiklopedia Inggris, filantropi diartikan *affection for mankind* yang artinya kasih sayang untuk umat manusia. Artinya, perilaku filantropi adalah tindakan sukarela untuk kepentingan publik. Nyatanya filantropi sangat identik dengan hal yang bersifat materil, walau nyatanya filantropi dalam prakteknya memiliki makna yang cukup luas dan dapat diwujudkan dengan berbagai macam cara seperti memberi sumbangsih ide atau pikiran dan juga tenaga. Mendalami makna tersebut, kegiatan filantropi tak hanya sekadar urusan materi.

Dalam kurun beberapa tahun terakhir peran dan keterlibatan kaum muda contohnya, dalam kegiatan filantropi meningkat secara signifikan. Sebagian mereka mendirikan yayasan atau organisasi berbasis komunitas untuk mengembangkan berbagai program sosial yang menjadi minat atau perhatiannya. Sebagian lainnya menjadi pendukung, volunteer dan donatur di berbagai organisasi sosial. Keterlibatan kaum muda dalam kegiatan filantropi ini merubah peta dan pola filantropi di Indonesia. Filantropi tak lagi identik dengan aktivitas kedermawanan "orang tua" atau "orang kaya" yang bisanya dilakukan di hari tua atau menjelang pensiun. Filantropi juga tidak lagi identik dengan kegiatan kedermawanan dalam bentuk pemberian donasi untuk kegiatan keagamaan, penanganan bencana, penyantunan dan pelayanan sosial namun mulai diubah *trend* nya sebagai bentuk kepedulian lewat gagasan menarik yang dikemas dengan tampilan yang sesuai dengan potensi saat ini.

Direktur Filantropi Indonesia, Hamid Abidin (dilansir dari filantrop.co.id), menjelaskan bahwa generasi millennial adalah kelompok demografis yang lahir diantara tahun 1980-an sampai 2000-an dan saat ini berusia 15 - 34 tahun. Berbeda dengan kegiatan filantropi generasi sebelumnya, inisiatif sosial kemanusiaan dan pemberdayaan yang dilakukan kaum muda ini umumnya dilakukan melalui komunitas dengan memanfaatkan tekonologi informasi dan budaya pop. Selain menaruh perhatian pada penajaman dan kedalaman isu, para filantrop milenial yang berlatar belakang enterpreuneur, ahli IT, pekerja seni dan pegiat sosial ini juga berusaha untuk mengemas program filantropi agar terlihat lebih populer, menyenangkan serta mengandung aspek pemberdayaan yang cukup luas dan disesuaikan dengan minat isu di tiap komunitass atau kelompok.

Peran generasi milenial dalam mengembangkan filantropi secara tidak langsung telah mengubah pola menyumbang yang

selama ini identik dan terfokus pada dana. Berbeda dengan generasi sebelumnya, mereka tidak hanya sekedar ingin terlibat dalam kegiatan filantropi dengan memberikan donasi, tapi juga memanfaatkan potensi dan kapasitasnya untuk mengembangkan dan mempertajam inisiatif sosial yang dilakukan. Generasi millenial ini memperluas bentuk kontribusi atau sumbangannya menjadi 6 bentuk, yakni pengetahuan/keterampilan, waktu, voice (suara/aspirasi), jaringan, cinta (kinesthetic ability) dan dana. Dengan menggabungkan 6 bentuk pemberian itu, generasi millenial tidak hanya melihat filantropi sebagai kegiatan sosial, tapi sebagai investasi sosial yang berdampak luas dan berkelanjutan.

Terutama ditengan perkembangan *pop-culture* saat ini dimana berbagai macam media termasuk musik dapat menjadi jembatan dalam pola komunikasi dalam menyampaikan pesan, termasuk dorongan dan gagasan dalam skema filantropi. Navicula salah satunya, band dengan *genre* grunge yang dikenal dengan sebutan "the Green Grunge Gentlemen" karena aktifnya mereka di dunia aktivisme sosial dan lingkungan. Tumbuh di Bali, band ini menyerap banyak inspirasi dari beragam budaya dan informasi dari berbagai belahan dunia, isu sosial, serta perubahan ekologi yang terjadi di Bali dan dunia secara global, dan menjadikannya sebagai topik lagu-lagu mereka.

Di tengah tren perkembangan kegiatan filantropi untuk membiayai kegiatan seni dan kebudayaan, Navicula sudah mulai merubah citra musik sebagai bagian dari advokasi dan media guna mengajak para mendengarnya untuk mencintai lingkungan. Apa yang dilakukan Navicula tidak hanya menghadirkan konsep dukungan lewat lirik lagu mereka, namun juga menjalin jejaring dengan berbagi lembaga non-profit guna mendukung penggalangan dana serta kegitan-kegiatan. Seperti Mongabay dan juga Green Peace.

Secara tidak langsung Navicula merubah citra filantropi yang lekat sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana,, menjadi sebuah kegiatan yang mudah dan dapat dilaksanakan berbagai kalangan. Lewat basis masa yang mereka miliki, Navicula kerap melontarkan sebuah kampanye-kampanye pelestarian lingkungan terutama di Pulau Bali. Lewat aksi panggung mereka band ini selalu menyelipkan pesan kecintan lingkungan baik lewat aksen baik fisik maupun verbal dari para personelnya, seperti selalu membawa tumbler di atas panggug dimana mereka menggelar pementasan. Selain itu beberapa kampanyr besar juga berhasil mereka wujudkan, yang tebaru ini menggandeng beberapa lembaga seperti Kopernik, Akar Rumput, Visinema Pictures, Navicula berhasil menggelar konser musik bertajuk "Bali Bukam Pulau Plastik".

Metode yang dilakukan Navicula untuk mengajak masyarakat melakukan kebaikan sangatlah menarik. Bukan dengan memberikan ceramah, memberikan iming-imingan, atau imbalan apabilla seseorang melakukan kebaikan. Namum menggunakan media yang sangat dekat dengan masyarakat, yaitu musik. Lewat para pendengar setia mereka, Navicula mencoba menyebarkan nilai-nila yang mereka junjung menjadikan apa yang mereka idekan menjadi gerakan nyata di lingkungan sekitar mereka.

Tentunya hal ini didukung dengan narasi yang dibangun di tiap lirik lagu yang mereka rilis. Secara tidak langsung narasi atau bahasa memiliki kuasa tersendiri dalam membangun narasi gun menyampaikan pesn dan nilai yang diharapkan. Proses ini tentunya sangat menarik untuk dilirik, bagaimana sebuah gerakan filantropi sebenarnya dapat dimulai dari sebuah hal yang sangat sederhana dan tidak selalu membutuhkan peran lembaga resmi.

Kesimpulan

Filantropi selalu erat kaitanya dengan hal-hal yang bergerak di bidang *charity* atau erat kaitanya dengan unsur materi. Pandangan yang sempit tersebut saat ini mulai semakin terkikis, terutma dengan mulai meningkatnya minat anak muda dalam kegiatan filantropi. Hal ini tentunya merubah citra kegiatan filantropi yang erat kaitanya dengan orang kaya yang berderma menjadi perilaku siapa yang berbuat karena peduli. Semakin tingginya minat anak muda berarti semakin beragamnya media yang digunakan untuk mengajak orang berpartisipasi dalam kegiatan berderma, terutama yang menyesuaikan dengan era perkembangan dan minat mereka saat ini.

Musik salah satunya menjadi media yang cukup digandrungi. Lewat music, media yang sangata akrab dengan masyarakat saat ini Navicula mencoba mendorong masyarakat supaya lebih mencintai dan menjaga lingkungan. Di mulai dari pendengar setia mereka, Navicula mencoba menyebarkan nilai tersebut, guna dapat berpartisipasi dalam menjaga lingkungan dengan cara mereka sendiri.

Daftar Pustaka

[Philanthropy Learning Forum] Generasi Millenial Ubah Peta Filantropi Indonesia. (2016, Oktober 6). Retrieved November 17, 2019, from Filantropi Indonesia: http://filantropi.or.id/berita/d/-philanthropy-learning-forum-generasi-millenial-ubah-peta-filantropi-indonesia

Adilla, R. (2017). *Gaya Bahasa Pada Lirik Lagu Dalam Album gajahkarya Tulus Dan Implikasinya Terhadappembelajaran Sastra Di Sma.* Lampung: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

Mustofa, A. (2019, September 9). *Navicula Memang Keren, Minta Jaga Bali dari Bahaya Sampah Plastik*. Retrieved November 17, 2019, from Jawa Pos: Radar Bali:

https://radarbali.jawapos.com/read/2019/09/08/154749/navicula-memang-keren-minta-jaga-bali-dari-bahaya-sampah-plastik

FILANTROPI &
KELOMPOK MASYARAKAT

MENYOAL MOBILISASI POLITIK DALAM PRAKTIK FILANTROPI SEBAGAI UPAYA PENANGGULANGAN BENCANA DI INDONESIA

Muhammad Ainul Yaqin

Pendahuluan

Dewasa ini topik mengenai filantropi telah menjadi suatu kajian pokok yang menarik. Hal tersebut bukan tanpa alasan. situasi di Indonesia menunjukkan bahwa wacana dan praktik filantropi sedang menguat akhir-akhir ini. Adanya teknologi yang semakin berkembang tak bisa dipungkiri kemudian turut juga berkontribusi atas menguatnya praktik filantropi karena kemudahan dan transparansi yang ditawarkan. Berbagai kegiatan filantropi kemudian mulai gencar-gencarnya dilakukan oleh berbagai entitas, baik itu bisnis, agama, politik, dan masyarakat umum dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pelaksanaanya kegiatan tersebut kemudian dilakukan melalui berbagai bentuk, baik itu yang sifatnya tradisional atau karitas maupun yang bersifat modern atau yang kerap kali disebut dengan filantropi keadilan sosial sebagai sarana untuk mengubah ketidakadilan struktur. Menurut Data Charities Aid Foundation (dikutip oleh Harsono 2019) Indonesia menempati daftar teratas negara paling dermawan di dunia pada tahun 2018 dari total 144 negara yang disurvei. Posisi tersebut meningkat setelah tahun sebelumnya menempati posisi kedua. Dalam tiga indikator yang ditetapkan, Indonesia memiliki skor 46 persen untuk kegiatan membantu orang lain, 78 persen untuk berdonasi dan 53 persen untuk kegiatan sukarelawan.

Seperti halnya yang telah disinggung sebelumnya, menguatnya praktik filantropi yang berkembang di Indonesia dalam

pelaksanaanya telah memunculkan berbagai variasi, baik itu dari segi aktor, sifat maupun bentuknya. Dalam fenomena yang muncul di Indonesia, ada salah satu praktik filantropi yang kemudiaan menarik yaitu manakala terjadi bencana di suatu daerah. Selama ini, terjadinya bencana di suatu daerah menjadi salah satu momen bagi munculnya praktik filantropi oleh berbagai aktor dalam rangka meringankan dan sebagai upaya pemulihan bagi korban bencana. Salah satu aktor yang kemudian terlibat adalah partai politik dan para politisi. Berbeda halnya dengan yang dilakukan oleh aktor lain, tindakan filantropi yang dilakukan oleh aktor politik seringkali tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan filantropis semata, terutama apabila kegiatan tersebut dilakukan menjelang pemilu atau di tahun-tahun politik. Dalam beberapa kasus yang pernah terjadi, pemberian bantuan terhadap korban bencana kerap kali diiringi dengan simbol partai seperti halnya logo atau bahkan nama pengurus partai. Tak hanya itu kegiatan pemberian bantuan tersebut kerap diberitakan melalui berbagai media. Berdasarkan kondisi tersebut menarik untuk melihat bagaimana kaitan antara praktik filantropi dengan tindakan politik dalam kaitannya dengan upaya penanggulangan bencana.

Filantropi dan Mobilisasi Politik

Secara konseptual istilah filantropi berasal dari bahasa Yunani yaitu *philos* yang berarti cinta dan *anthropos* yang berarti manusia. Oleh karena itu secara harfiah filantropi dapat dikonseptualisasikan dengan kegiatan memberi (*giving*), asosiasi (*association*), dan pelayanan (*services*) yang dilakukan secara sukarela untuk pihak lain yang membutuhkan sekaligus sebagai ekspresi rasa cinta (Jusuf 2007). Filantropi kemudian dibagi menjadi dua yaitu filantropi tradisional dan modern. Filantropi tradisional merupakan filantropi yang berbasis pada karitas dimana wujud tindakannya antara lain meliputi pemberian pelayanan sosial dan upaya

pemenuhan kebutuhan sandang, pangan, papan bagi kaum miskin atau yang membutuhkan. Berbeda dengan filantropi tradisional, filantropi modern atau yang sering disebut sebagai filantropi keadilan sosial lebih menekankan pada mobilisasi sumber daya dalam rangka menyelesaikan problem ketidakadilan struktur yang menjadi penyebab kemiskinan dan ketidakadilan (Jusuf 2007).

Tindakan filantropi dalam pelaksanaanya tidak terlepas dari adanya unsur politik karena turut melibatkan aktor-aktor politik dengan kepentingan tertentu. Menurut Merkl (dikutip oleh Budiardjo 2008), politik dalam bentuk yang paling baik adalah usaha untuk mencapai suatu tatanan sosial yang baik dan berkeadilan. Sedangkan yang paling buruk adalah perebutan kekuasaan, kedudukan, dan kekayaan untuk kepentingan diri sendiri. Adanya unsur politik dalam filantropi dapat ditunjukkan dengan adanya mobilisasi politik. Menurut Elwan (2019), mobilisasi merupakan usaha yang dilakukan oleh aktor dalam rangka mempengaruhi distribusi kekuasaan. Mobilisasi dapat dibedakan menjadi dua bentuk. Pertama adalah mobilisasi langsung. Mobilisasi ini dilakukan dalam bentuk pengerahan terhadap pemilih agar melakukan tindakan politik sebagaimana yang dikehendaki atau diarahkan. Kedua adalah mobilisasi tidak langsung. Mobilisasi ini dilakukan dalam bentuk pemengaruhan cara berpikir atau cara pandang pemilih sehingga pemilih akan mengekspresikan pemahamannya dalam bentuk keputusan politik pemilih (Stefano dikutip oleh Elwan 2019).

Persoalan Mobilisasi Politik dalam Praktik Filantropi sebagai Upaya Penanggulangan Bencana di Indonesia

Peristiwa terjadinya bencana di suatu daerah sebagaimana telah disinggung sebelumnya telah mendorong munculnya berbagai praktik kegiatan filantropi. Meskipun demikian praktik kegiatan tersebut seringkali tidak sepenuhnya bersifat filantropis. Upaya

penanggulangan bencana justru sering kali dilihat sebagai sebuah fenomena yang dekat dengan adanya unsur politik. Menurut Albala (dikutip oleh Anonim 2018) sejarah politik bencana menunjukkan banyak pemerintahan yang kehilangan legitimasi yang kemudian menyebabkan perubahan rezim hingga disintegrasi negara. Disisi lain upaya penanggulangan bencana juga dapat meningkatkan legitimasi, seperti halnya dalam kasus Gerhard Schroder yang terpilih kembali sebagai kanselir Jerman setelah memberikan bantuan dan rehabilitasi secara masif atas bencana banjir bandang Elbe yang melanda Jerman pada tahun 2002 (Anonim 2018). Adanya pengaruh upaya penanggulangan bencana terhadap legitimasi dan dukungan politik dapat menjadi alasan bagi banyak aktor politik untuk menjadikan praktik tersebut sebagai sarana mobilisasi politik.

Sejalan dengan masih berkembangnya pragmatisme politik, upaya mobilisasi politik dalam praktik filantropi sebagai upaya penanggulangan bencana masih cukup sering ditemukan di Indonesia. Dalam kasus tsunami Selat Sunda di Banten misalnya, masih banyak dijumpai posko-posko darurat bencana yang dipasang atribut partai seperti bendera. Selain itu ditemukan juga salah satu calon legislatif yang secara terang-terangan yang memberikan paket sembako kepada warga dengan disertai stiker dirinya (Majid 2018). Dalam banyak praktik kegiatan filantropi seperti halnya dalam kasus diatas, bentuk mobilisasi yang dilakukan oleh aktor politik biasanya lebih mengarah pada kegiatan mobilisasi yang bersifat tidak langsung. Melalui kegiatan filantropi, para aktor politik dapat mencitrakan dirinya seolah-olah sebagai pihak yang kemudian memiliki kepedulian tinggi. Hal tersebut menjadi semakin jelas manakala kegiatan filantropi tersebut disertai dengan simbol-simbol partai atau bahkan publikasi melalui berbagai media massa. Hal ini tentunya akan dapat mempengaruhi pandangan masyarakat atas aktor yang kemudian dianggap paling dermawan dan peduli, yang

selanjutnya diikuti oleh adanya dukungan politik terhadap aktor tersebut.

Adanya upaya mobilisasi politik dalam praktik filantropi terkait dengan penanggulangan bencana secara tidak langsung dapat mencederai filantropi dan politik itu sendiri. Kegiatan filantropi yang selama ini diidentikkan dengan kegiatan menolong orang lain dan dilandasi oleh rasa cinta kemudian menjadi kurang bermakna. Upaya mobilisasi tersebut juga dianggap telah mencederai aspek kemanusiaan karena berusaha meraih keuntungan atas penderitaan yang dirasakan oleh orang lain. Politik yang seharusnya bertujuan untuk mencapai tatanan sosial yang baik dan berkeadilan juga semakin bergeser sebagai arena perebutan kekuasaan dan kedudukan untuk kepentingan diri sendiri. Menurut Merkl (dikutip oleh Budiardjo 2008), hal tersebut merupakan bentuk politik yang paling buruk. Adanya praktik mobilisasi politik terutama secara tidak langsung memang seringkali sulit untuk dibuktikan kebenarannya. Hal tersebut ditambah lagi dengan praktiknya yang beriringan dengan agenda filantropi seperti halnya dalam kasus penanggulangan bencana. Maka dari itu pemerintah kemudian dirasa perlu untuk menetapkan regulasi dalam rangka mengantisipasi adanya indikasi-indikasi upaya mobilisasi politik dalam penanggulangan bencana.

Kesimpulan

Upaya mobilisasi politik dalam praktik filantropi sebagai upaya penanggulangan bencana menjadi sebuah fenomena yang eksis dan sering terjadi sejalan dengan masih berkembangnya pragmatisme politik. Adanya pengaruh antara praktik filantropi dalam upaya penanggulangan bencana terhadap legitimasi dan dukungan politik pada masa sebelumnya dinilai turut menjadi faktor pendorong masih berkembangnya tindakan tersebut. Adanya tindakan tersebut secara tidak langsung telah mencederai makna

filantropi dan tujuan baik dari politik yang selama ini didengungkan. Meskipun demikian karena mobilisasinya yang bersifat tidak langsung dan beriringan dengan filantropi itu sendiri, maka tindakan ini kemudian sulit untuk dibuktikan kebenarannya. Oleh karena itu pemerintah kemudian perlu untuk membuat regulasi dalam rangka mencegah semakin berkembangnya praktik ini dengan cara mengantisipasi indikasi-indikasi yang sering muncul dan berkaitan dengan praktik tersebut.

Daftar Pustaka

Anonim, 2018 *Bencana Palu, Bencana Petahana?*, https://www.pinterpolitik.com/bencana-palu-bencana-petahana/, diakses tanggal 20 November 2019.

Budiardjo, Miriam, 2008, *Dasar-Dasar Ilmu Politik,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Elwan, La Ode Muhammad, 2019, Model dan Dampak Mobilisasi Politik Pemilihan Kepala Desa (Studi Kasus: Desa Bontomatinggi Kabupaten Maros Sulawesi Selatan Tahun 2016), *Jurnal Publicuho,* Vol. 1, No. 4, http://ojs.uho.ac.id/index.php/PUBLICUHO/article/download/6312/4620, diakses tanggal 19 November 2019

Harsono, Fitri Haryanti, 2019, *Indonesia Melesat Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia, https://www.liputan6.com/health/read/3987796/indonesia-melesat-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia*, diakses tanggal 19 November 2019.

Jusuf, Chusnan, 2007, Filantropi Modern untuk Pembangunan Sosial, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial,* Vol. 12, No. 1, https://media.neliti.com/media/publications/53001-ID-filantropi-modern-untuk-pembangunan-sosi.pdf, diakses tanggal 19 November 2019.

Majid, Yanuar Nurcholis, 2018, *Aroma Politik di Lokasi Bencana Tsunami, Reaksi Pengungsi Saat Banyak Bantuan Berlabel Parpol, https://www.tribunnews.com/nasional/2018/12/30/aroma-politik-di-lokasi-bencana-tsunami-reaksi-pengungsi-saat-banyak-bantuan-berlabel-parpol,* diakses tanggal 20 November 2019.

PENDEKATAN ALTRUISME DAN KEADILAN SOSIAL DALAM PELAYANAN SOSIAL MELALUI GERAKAN JOGJA SAPA LANSIA

Anggriani Mahdianingsih

Pendahuluan

Midgley (2005) mengidentifikasi tiga pendekatan yang terinstitusionalisasi dalam mengangkat kesejahteraan sosial yaitu kegiatan filantropi sosial, pekerjaan sosial, dan pendekatan administrasi sosial. Dari ketiga pendekatan tersebut, yang menjadi fokus dalam tulisan ini adalah pendekatan peningkatan kesejahteraan melalui kegiatan filantopi sosial. Kegiatan filantropi atau amal bergantung pada donasi-donasi pribadi, relawan, dan organisasi non-profit untuk memenuhi kebutuhan, mecari solusi terhadap masalah yang ada dan menciptakan kesempatan baru.

Salah satu bentuk dari filantropi yang berfokus pada penanggulangan persoalan ketidakadilan adalah filantropi sosial. Setkova (2005) dalam (Damanik, 2011) menjelaskan yang dimaksud dengan filantropi keadilan sosail adalah filantropi yang mendukung aktivitas penanganan akar-akar penyebab ketidakadilan sosial. Penanganan tersebut bukan hanya sekadar membuat masalah agar lebih mudah dijalani, melainkan memperhatikan penyebab timbulnya masalah tersebut. Dengan demikian pendekatan yang dilakukan dalam filantropi keadilan sosial adalah pendekatan berbasis hak-hak terhadap pembangunan termasuk hak-hak politik, sipil, ekomomi, dan budaya.

Dalam implementasinya, filantropi keadilan sosial membantu kelompok marginal yang masuk ke dalam kelompok rentan akibat kesenjangan sosial yang terjadi. Salah satu kelompok marginal

rentan yang dimasukkan dalam sasaran filantropi keadilan sosial adalah kelompok lanjut usia (lansia). Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia yaitu sebesar 237.641.326 jiwa, meliputi penduduk lansia (60 tahun keatas) yang mencapai angka 18.043.712 jiwa. Meningkatnya jumlah populasi peduduk lanjut usia (lansia) yang diproyeksikan akan semakin bertambah dari tahun ke tahun akan menimbulkan berbagai persoalan baru.

Meningkatnya jumlah penduduk lansia perlu ditangani secara serius, karena secara alamiah lansia mengalami penurunan baik dari segi fisik, biologi, hingga mentalnya. Hal ini tidak terlepas dari masalah ekonomi, sosial dan budaya, sehingga perlu adanya peran lingkungan sosial dalam penanganannya. Menurunnya fungsi berbagai organ lansia, menjadikan mereka rentan terhadap penyakit yang bersifat akut atau kronis. Ada kecenderungan terjadi penyakit degeneratif, penyakit metabolik, infeksi dan gangguan psikososial. (Nugroho, 2000). Gangguan Psikososial yang sering muncul pada lansia adalah depresi dan gangguan kognitif. Persoalan gangguan psikososial lansia tersebut yang kemudian perlu diperhatikan faktor penyebabnya.Sejumlah faktor resiko psikososial adalah hilangnya peranan sosial, hilangnya ekonomi, kematian teman atau sanak saudaranya, penurunan kesehatan, peningkatan isolasi karena hilangnya interaksi sosial, keterbatasan finansial, dan penurunan fungsi kognitif.

Secara garis besar, penyebab dari gangguan psikososial banyak terjadi pada lansia yang dalam menjalani sisa hidupnya tidak mendapatkan perhatian. Berdasarkan pengalaman penulis dalam kerelawanan Gerakan Jogja Sapa Lansia, dapat dianalisis pelayanan sosial yang dapat mengurangi gangguan psikososial lansia dengan pendekatan filantropi keadilan sosial. Tulisan ini bermaksud menganalisis Gerakan Jogja Sapa Lansia sebagai pelayanan sosial dengan berdasar filantropi keadilan sosial melalui mekanisme

kerelawanan. Sehingga dengan demikian, nantinya tulisan ini dapat menawarkan bentuk pelayanan sosial yang dapat mengatasi persoalan ketidakadilan dalam pembangunan.

Pembahasan

Gerakan Jogja Sapa Lansia adalah sebuah gerakan kerjasama antara Dinas Sosial Kota Yogyakarta dengan Forum Pendidikan dan Perjuangan Hak Asasi Manusia (Fopperham). Gerakan Jogja Sapa Lansia ini dijalankan berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 38 tentang Penyelenggarakan Kesejahteraan Lanjut Usia. Keluarnya peraturan walikota tersebut pula tidak lepas dari peran audiensi Fopperham bersama organisasi masyarakat sipil lainnya yang mendorong pemerintah daerah untuk memperhatikan persoalan yang dihadapi lansia sebagai kelompok rentan.

Dalam mekanisme penerapannya khususnya yang bersangkutan dengan filantropi adalah Gerakan Jogja Sapa Lansia menarik relawan sebagai pendamping bagi lansia-lansia terlantar yang menjadi sasaran pelayanan. Tamim (2014) mengatakan bahwa dalam paradigma pelayanan sosial, cakupan pelayanan sosial adalah pemenuhan kebutuhan dasar. Pelayanan sosial yang diberikan oleh pendamping berupa pemenuhan kebutuhan lansia dalam hak sosialnya, yaitu diperhatikan. Pendamping bertugas untuk mengunjungi lansia hingga membangun kedekatan. Hal tersebut dimaksudkan untuk membantu lansia mengatasi gangguan psikososialnya akibat rasa kesepian dan kurangnya perhatian dari lingkungan sekitarnya. Kehadiran pendamping diharapkan mampu meningkatkan semangat lansia dalam menjalani kehidupannya karena merasa masih diakui keberadaannya.

Menururt Andrew Steptoe pada University College London dalam (Yulianti, dkk 2014) orang yang lebih sering berhubungan sosial cenderung panjang umur karena akan lebih mungkin bertahan hidup jika lingkungan sekitar membutuhkan bantuannya. Hasil

penelitian yang dilakukan Yulianti, dkk (2014) juga memperlihatkan terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kualitas hidup antara lansia yang hidup aktif dalam komunitas serta mendapat perhatian oleh keluarga dengan lansia yang tinggal di panti sosial.

Pemanfaatan Altruisme dalam Filantropi Keadilan Sosial

Satu persoalan mendasar berkaitan dengan penerapan filantropi keadilan sosial adalah: Apa yang memotivasi orang untuk secara sungguh-sungguh mencurahkan sumber daya, energi emosional dan waktu untuk melakukan kerelawanan?

Apabila kita berkaca pada yang terlihat dalam kehidupan negara yang demokratis, masyarakat berusaha mengupayakan untuk merealisasi amanat konstitusi tentang keadilan sosial bagi seluruh rakyat. Dengan ideologi yang kuat, maka secara sadar atau tidak, perilaku altruisme itu kemudian muncul dalam merespon permasalahan keadilan yang terjadi.

Sakinah (2018) mengatakan bahwa altruisme adalah prilaku yang dimiliki semua orang. Tetapi dengan kadar yang berbeda-beda. Tidak semua orang mau menolong orang lain secara sukarela apalagi mereka belum mengenal orang itu. Menurut Glasman (2009) dalam (Arifin, 2015) altruisme adalah konsep perilaku menolong seseorang yng didasari oleh keuntungan atau manfaat yang akan diterima pada kemudian hari. Manfaat yang didapat dari menolong orang lain harus lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan untuk menolong orang tersebut. Manfaat yang didapat tentu relatif pada setiap orang. Menurut hemat penulis, manfaat yang menjadi pemikat bagi orang untuk bersedia menjadi relawan adalah "manfaat pengalaman". Dari apa yang dirasakan penulis menjadi relawan dalam Gerakan Jogja Sapa Lansia adalah anggapan bahwa pengalaman menjadi relawan adalah manfaat terbesar yang nantinya akan membawa banyak kebermanfaatan lainnya.

Kesimpulan

Masyarakat dalam negara demokratis memiliki rasa altruisme yang tinggi, oleh karena itu kegiatan filantropi pula tumbuh dan berkembang dengan subur. Kegiatan filantropi atau amal yang terorganisir dengan baik dalam mengangkat kesejahteraan sosial, memenuhi kebutuhan bagi mereka yang membutuhkan. Hal tersebut memberikan rangsangan kepada pemerintah agar terlibat dalam kesejahteraan sosial.

Dengan demikian, pemerintah sebagai penyedia pelayanan sosial utama pada peningkatan kesejahteraan perlu mempertimbangkan kegiatan filantropi sebagai sektor ketiga atau alternatif dalam pembangunan. Perlu adanya pemberian ruang yang lebar pada lembaga filantropi untuk dapat memperkuat kelembagaan dan menambah daya dalam pembangunan. Selain itu, hal penting lainnya dalam penyediaan pelayanan sosial adalah dengan membangun kerjasama, dan saling berkomunikasi serta membuka ruang dialogis antara berbagai aktor pembangunan.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik, 2012. *Statistik Penduduk Lanjut Usia 2010*, Jakarta.

Damanik, Janianton. (2011). Menuju Pelayanan Sosial yang Berkeadilan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 15*(1). Retrieved from https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10921/8162

Midgley, James. (2005). *Pembangunan Sosial Perspektif Pembangunan dalam Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam (Diperta Islam) Depag RI.

Rusqiyati, E. A. (2019). *Jogja Sapa Lansia Gandeng Anak-Anak Muda*. Antara News 6 September 2019. Diakses dari https://www.antaranews.com/berita/1047988/jogja-sapa-lansia-gandeng-anak-anak-muda tanggal 14 November 2019.

Sakinah, T. (2018). *Altruisme pada Relawan Palang Merah Indonesia (PMI).* Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Sunan Ampel: Surabaya.

Tamim, I. (2014). Peran Filantropi dalam Pengentasan Kemiskinan di dalam Komunitas Lokal. *Jurnal Sosiologi Islam, 1*(1). Retrieved from http://jurnalfisip.uinsby.ac.id/index.php/JSI/article/view/8

Yuliati, A., Baroya, N., & Ririanty, M. (2014). Perbedaan Kualitas Hidup Lansia yang Tinggal di Komunitas dengan di Pelayanan Sosial Lanjut Usia (The Different of Quality of Life Among the Elderly who Living at Community and Social Services). *Pustaka Kesehatan, 2*(1), 87-94. Retrieved from https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPK/article/view/601

RELAWAN: MEWADAHI POTENSI FILANTROPI TENAGA DI INDONESIA

Fauzan Cahya Bachtiar

Pendahuluan

Filantropi pada awalnya memang berasal dari kegiatan keagamaan berupa pemberian uang kepada kelompok masyarakat yang tidak beruntung. Kegiatan filantropi pada arus awal hanya terbatas pada kegiatan yang melibatkan pemberian uang atas dasar belas kasih. Pola kegiatan ini biasanya tidak memiliki tujuan yang khusus, melainkan hanya untuk memuaskan naluri manusia sebagai makhluk sosial untuk saling membantu. Inilah yang dinamakan filantropi tradisional.

Seiring dengan perkembangan dan peningkatan kebutuhan, pola kegiatan filantropi tradisional tersebut telah berganti menjadi filantropi modern. Filantropi modern dapat dilihat sebagai kegiatan filantropi yang telah memiliki tujuan dan lebih terencana. Jika pada filantropi tradisional berpola individu, maka filantropi modern lebih bersifat kolektif. Filantropi modern yang juga dikenal sebagai filantropi arus kedua ini juga dimaknai tidak hanya terbatas pada pemberian uang, melainkan segala sesuatu yang ditujukan untuk membantu kelompok masyarakat yang membutuhkan untuk kesejahteraannya. Sehingga kini berkembang lah makna kegiatan filantropi.

Filantropi kini tidak lagi identik dengan 'orang tua' atau 'orang kaya' yang menyantuni kelompok yang lain. Dalam filantropi modern, seluruh orang dapat melakukan kegiatan filantropi melalui berbagai bentuk. Menurut Erna Witoelar (2016), Ketua Badan Pengarah Filantropi Indonesia, filantropi kini dapat dilakukan

dengan menyumbangkan ke dalam 6 bentuk, yakni pengetahuan/keterampilan, waktu/tenaga, suara/aspirasi, jaringan, cinta, dan dana.

Salah satu bentuk filantropi yang dapat dilakukan oleh semua orang adalah filantropi tenaga. Bentuk kegiatan ini diwujudkan dengan cara menyumbangkan tenaga dan waktu yang dimiliki oleh seseorang, untuk melakukan aktivitas dan kegiatan yang ditujukan untuk kemanusiaan, tanpa mengharapkan imbalan uang atau materi. Berbeda dengan kegiatan filantropi yang berbentuk menyumbangkan uang, filantropi tenaga lebih berfokus pada kerelaan seseorang untuk menggunakan waktu dan tenaganya untuk kegiataan kemanusiaan. Sehingga dalam melakukan kegiatan filantropi tenaga, seseorang tidak dituntut untuk memiliki uang atau materi dengan jumlah tertentu. Inilah yang membuat filantropi tenaga ini dapat dilakukan oleh siapapun, tanpa melihat kondisi ekonominya. Sehingga, jenis filantropi ini lebih mampu menyerap partisipasi yang luas dan tanpa hambatan ekonomi. Bentuk filantropi tenaga ini menarik untuk dilihat lebih lanjut potensi dan prospek ke depannya.

Potensi yang Dimiliki Indonesia

Indonesia menjadi negara dengan tingkat relawan tertinggi di dunia pada tahun 2017 (Iswara, 2019). Menurut lembaga statistik Gallup yang mengambil lebih dari 150.000 di 146 negara, pada tahun 2017 Indonesia menyumbang 53% relawan di seluruh dunia. Di bawah Indonesia terdapat negara Liberia dengan angka 47% relawan, kemudian Kenya dan Sri Lanka dengan 45%, dan Australia dengan 40%. Sementara menurut statistik ini, negara dengan tingkat relawan terendah adalah Laos dengan angka 4%.

Menurut lembaga statistik Gallup, data tersebut diambil dengan cara menanyakan responden mengenai kegiatan 30 hari belakangan yang berkaitan dengan sumbangan uang, menjadi

relawan, atau sekadar membantu orang asing. Berdasarkan data tersebut, nampaknnya faktor jumlah penduduk tidak menjadi faktor penentu tingkat relawan di sebuah negara. Amerika sebagai negara dengan jumlah populasi sebanyak 325 juta pada tahun itu bahkan tingkat relawannya hanya menunjukkan angka 39%. Sementara Cina di tahun yang sama, meskipun memiliki 1,3 miliar, namun tingkat relawannya hanya menunjukkan angka 7%.

Data tersebut menunjukan bahwa menjadi relawan merupakan hal yang banyak dilakukan di Indonesia. Dari tingginya angka relawan, dapat terlihat bahwa masyarakat Indonesia gemar melakukan kegiatan kemanusiaan, tidak hanya terbatas pada menyumbangkan harta, melainkan juga menyumbangkan tenaga dan waktunya. Hal ini juga dapat berarti bahwa Indonesia tengah bergerak dari bentuk filantropi tradisional ke arah filantropi modern.

Sisi lain yang menarik adalah fakta bahwa Indonesia memiliki tingkat filantropi tenaga yang tinggi tersebut mendapat peluang tambahan dari fenomena bonus demografi. Bonus demografi yang diprediksi mencapai puncaknya pada tahun 2030 akan menempatkan Indonesia dengan kondisi jumlah penduduk produktif yang tinggi. Kelompok penduduk produktif ini tentu saja menjadi motor dalam hal filantropi tenaga.

Berdasarkan data Survei Penduduk Antar Sensus (Supas) 2015, Indonesia diprediksi akan memiliki jumlah penduduk sebanyak 269 juta jiwa (Kusnandar, 2019) Detailnya, diperkirakan jumlah usia belum produktif (0-4 tahun) mencapai 66 juta, usia produktif (15-64 tahun) mencapai 185 juta, dan usia sudah tidak produktif (lebih dari 65 tahun) mencapai 18 juta. Dari data tersebut, terlihat bahwa sektor filantropi tenaga menjadi satu sektor yang dapat menerima dampak positif dari jumlah penduduk Indonesia.

Wadah Relawan sebagai Upaya Memaksimalkan Potensi

Kegiatan filantropi di Indonesia kini telah berada di bawah koordinasi Filantropi Indonesia. Meskipun belum dapat menyentuh seluruhnya, namun Indonesia telah memiliki perhimpunan untuk menyelenggarakan kegiatan filantropi yang lebih terorganisir dan tepat sasaran. Organisasi atau komunitas semacam ini tentu sangat diperlukan mengingat isu kemanusiaan sangat luas lingkup dan daerah pelaksanaannya. Selain itu, organisasi seperti ini juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyalurkan rasa kemanusiaannya yang ingin selalu membantu.

Pada awalnya, gerakan filantropi di Indonesia juga didahului oleh gerakan keagamaan. Sebut saja sebagai contoh Muhammadiyah. Sebagai salah satu organisasi masyarakat Islam, Muhammadiyah telah memberikan pelayanan sosial kepada masyarakat dengan berbagai bentuk, seperti pendirian sekolah, rumah sakit, hingga panti sosial sejak tahun 1912.

Seiring dengan perkembangan konsep filantropi itu sendiri, organisasi atau komunitas yang bergerak seputar filantropi tentu mengalami perkembangan pula. Arus kedua filantropi di Indonesia ditandai dengan kemunculan dan perkembangan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) pada tahun 1970-an. Kemudian, filantropi modern mulai muncul dan nampak pada tahun 1990-an seiring banyaknya gagasan mengenai partisipasi dalam pemberdayaan, tentang advokasi, kebebasan dan hak asasi. Hingga pada tahun 2003, setidaknya ada 30 yayasan usaha yang bergerak di bidang filantropi modern. Kini, jumlah tersebut semakin bertambah dan berkembang secara luas.

Melihat perkembangan bentuk filantropi yang tidak hanya menyumbangkan harta, maka wadah-wadah ini pun ikut menyesuaikan dirinya. Kini, komunitas, lembaga, atau organisasi filantropi yang ada mulai menyediakan tempat untuk individu yang ingin memberikan tenaga dan waktunya kepada kegiatan

kemanusiaan. Perekrutan relawan menjadi hampir ada di setiap lembaga filantropi. Dompet Dhuafa dan Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang kini telah memiliki relawannya sendiri dapat menjadi contoh yang relevan.

Selain lembaga, kini filantropi tenaga juga telah dibantu dengan adanya pihak penghubung (*connecting actor*). IndoRelawan, salah satu *connector* berbentuk website ini merupakan penghubung antar calon relawan dengan pencari relawan. Dengan tampilan yang sederhana, IndoRelawan memuat berbagai macam aktivitas untuk para relawan yang siap menyumbangkan tenaga dan waktunya. Kegiatan yang ditawarkan di dalamnya tentu saja merupakan kegiatan yang berhubungan dengan kemanusiaan, bahkan terdapat klasifikasi jenis kegiatan tersebut ke dalam kategori yang lebih spesifik. Dalam website tersebut, IndoRelawan mengklaim bahwa jumlah relawan yang telah dan tengah terlibat adalah sejumlah 125.966 relawan. Sementara organisasi yang terlibat di dalamnya mencapai 2.308 dan terdapat setidaknya 4.800 aktivitas yang telah dan tengah ditawarkan.

Beberapa bentuk perkembangan tersebut juga didukung oleh komunitas-komunitas relawan yang semakin banyak. Gerakan relawan di bidang pendidikan, lingkungan, pangan, bencana, bahkan budaya menjadi lingkup yang disediakan oleh banyak sekali komunitas. Wilayah operasi komunitas relawan ini pun tidak hanya terbatas pada nasional saja, bahkan hingga internasional.

Melihat potensi relawan yang begitu tinggi di Indonesia, bahkan kini kita disuguhkan dengan adanya Sekolah Relawan. Sebuah lembaga pelatihan yang memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para calon relawan yang akan terjun ke masyarakat. Dengan umurnya yang terbilang muda (baru menginjak 6 tahun), Sekolah Relawan memiliki empat bentuk pelatihan yang dapat diikuti dengan melakukan pembayaran sejumlah investasi. Pelatihan tersebut yakni Orientasi Relawan, Disaster Leadership

Training, Volunteer Management Training, dan Emergency Situations Training.

Dari serangkaian contoh di atas, dapat terlihat bahwa tingginya minat relawan di Indonesia setidaknya telah berusaha diimbangi dengan wadah-wadah yang semakin banyak dan variatif. Hal ini menarik karena dengan wadah yang semakin berkembang ini, tentunya praktik filantropi tenaga juga akan semakin berkembang. Semakin banyaknya orang yang dapat menyalurkan minta relawannya, maka semakin banyak kegiatan berbentuk filantropi tenaga ini dilakukan. Dampak panjangnya, energi untuk melakukan filantropi tenaga ini dapat tersalurkan sehingga dapat diteruskan oleh lebih banyak orang.

Wadah-wadah ini yang perlu dijaga untuk tetap eksis. Keinginan dan minat masyarakat pada hal kerelawanan, perlu diwadahi oleh komunitas, lembaga, atau sekadar penghubung kepada kegiatan relawan. Apabila wadah ini dapat tetap eksis, atau bahkan berkembang, maka kegiatan filantropi tenaga tentu akan terus bergulir. Semakin luas filantropi tenaga dilakukan, maka semakin besar dampaknya. Jika kegiatan relawan dilakukan secara terstruktur dan terorganisasi, maka kegiatan filantropi tenaga tersebut dapat terarah dan tepat sasaran. Sehingga hasil yang diberikan tidak hanya sekali selesai, namun dapat berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Gerakan filantropi kini memang telah berkembang. Kegiatan filantropi tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan 'orang kaya' memberikan hartanya kepada orang yang membutuhkan. Makna filantropi semakin diperluas dan berkembang. Kegiatan filantropi pun semakin terorganisir dan terarah. Di tengah arus yang modern, muncul bentuk-bentuk dari filantropi di masyarakat, salah satunya yakni filantropi tenaga.

Meluangkan tenaga dan waktu untuk melakukan kegiatan yang memberikan dampak terhadap kemanusiaan dapat diartikan sebagai filantropi tenaga. Aktor yang melakukan kegiatan ini dengan sukarela lebih dikenal dengan nama relawan. Tingginya minat menjadi relawan di Indonesia memberikan konsekuensi untuk menyediakan wadah berupa kegiatan bagi relawan. Kondisi ini dapat dijadikan sebagai peluang untuk mengembangkan kegiatan filantropi.

Tentunya untuk mewadahi minat relawan ini perlu peran dari berbagai aktor. Saat ini, gerakan relawan telah banyak diinisiasi oleh komunitas. Kedekatan dengan masalah yang dihadapi dalam sehari-hari, membuat komunitas kerap menjadi pionir dalam gerakan relawan. Namun, hal tersebut bukan berarti negara dan sektor swasta tidak perlu memberikan perannya. Negara dapat turut memberikan wadah bagi kegiatan filantropi tenaga tersebut kepada pada relawan, bahkan dengan lingkup yang lebih luas hingga internasional. Sementara sektor swasta dapat memberikan peran dengan membantu dalam pendanaan kegiatan relawan yang tentu saja membutuhkan jumlah yang tidak sedikit.

Indonesia dengan minat yang tinggi dalam hal kegiatan kemanusiaan merupakan peluang tersendiri. Apabila peluang ini dapat dimaksimalkan, bukan tidak mungkin kumpulan kegiatan relawan ini mampu berkontribusi dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang tengah ditanggung oleh Indonesia. Hal tersebut mungkin saja dicapai hanya apabila kegiatan filantropi memiliki wadah, terorganisir, variatif, dan juga terarah.

Daftar Pustaka

Iswara, A. J., 2019, *Jumlah Relawan Indonesia Tertinggi di Dunia*, Good News from Indonesia 5 Januari, diakses dari https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/01/05/jumlah-relawan-indonesia-tertinggi-di-dunia pada tanggal 1 November 2019.

Kusnandar, V. B., 2019, *Jumlah Penduduk Indonesia Diproyeksikan Mencapai 270 Juta pada 2020*, Databoks 13 September, diakses dari https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/jumlah-penduduk-indonesia-diproyeksikan-mencapai-270-juta-pada-2020 pada 14 November 2019.

Witoelar, E., 2016, *Generasi Millenial Ubah Peta Filantropi Indonesia*, Filantropi Indonesia 9 Oktober, diakses dari http://filantropi.or.id/berita/d/-philanthropy-learning-forum-generasi-millenial-ubah-peta-filantropi-indonesia pada 1 November 2019.

GERAKAN FILANTROPI SOSIAL BERBAGI NASI YOGYAKARTA

Ela Puji Hariani

Sebagai mahasiswa yang aktif di beberapa organisasi, sering kali kegiatan dan rapat dilaksanakan hingga dini hari. Menyusuri jalanan diwaktu itu membuat kita melihat wajah lain dari Yogyakarta. Di sepanjang jalan akan kita temui orang-orang yang tidur beralaskan koran di emperan, seorang jompo yang meringkuk di dalam kain sarung di pinggir trotoar, ataupun tukang becak yang tidur dengan mulut menganga di kursi penumpangnya. Pengamatan pribadi tersebut dapat digunakan sebagai gambaran kecil dari potret kemiskinan yang ada di Yogyakarta. Kemiskinan yang ada bukanlah mutlak karena rendahnya pendidikan di Kota Pendidikan, namun juga masalah struktural pada politik, sosial, dan ekonomi yang menyebabkan tingginya ketimpangan yang berdampak pada jumlah penyandang masalah kesejahteraan sosial. Menurut data Bappeda Provinsi Yogyakarta tahun 2019 jumlah penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) tahun 2019 sebanyak 660.627,000 orang, diantaranya terdapat gelandangan, pemulung, anak jalanan, anak terlantar, dan sebagainya (BAPPEDA, 2019). Jumlah tersebut sangat tidak sebanding dengan PMKS yang telah mendapat bantuan dari pemerintah yakni sebanyak 3.415 orang. Keterbatasan pemerintah dalam memberikan bantuan membuat masalah ini belum terselesaikan. Di sisi lain, pembangunan di berbagai bidang massif dilakukan. Hal tersebut sukses membuat Yogyakarta memiliki indeks gini tertinggi di Indonesia.

Penyandang masalah kesejahteraan sosial sering menjadi kelompok marginal di masyarakat. Padahal mungkin mereka justru

menjadi korban utama dari pembangunan yang digaungkan dapat meningkatka kesejahteraan. Adanya ketimpangan dan perbedaan status sosial ekonomi antara si kaya dan si miskin menjadi sebuah motivasi bagi sekelompok orang untuk melakukan gerakan sosial. Gerakan tersebut adalah berbagi nasi. Gerakan Berbagi Nasi merupakan aksi sosial untuk membagikan nasi pada orang yang membutuhkan. Sebungkus nasi bukanlah esensi utama dalam gerakan ini, namun nilai kepedulian dan kesetaraan yang membuat orang-orang turun ke jalan, berinteraksi dan berbagi pada sesama. Gerakan ini muncul pertama kali di Bandung, dan hingga saat ini berbagi nasi telah ada di hampir 70 kota di Indonesia, termasuk Yogyakarta.

Di Yogyakarta sendiri, gerakan berbagi nasi dimulai sejak tahun 2013. Kegiatan ini dilakukan oleh komunitas yang tidak memiliki struktur organisasi. Mereka disebut pejuang nasi. Mereka berkegiatan dengan membagikan nasi bungkus di malam hari. Berbagi nasi Yogyakarta beraksi setiap jumat malam pukul 21.00. Komunitas ini terdiri dari berbagai kalangan dan memiliki donator tetap maupun tidak tetap. Setelah sumbangan nasi terkumpul, pukul 22.00 para pejuang nasi mulai berkeliling untuk membagikan nasi bungkus. Target mereka adalah orang-orang *homeless* yang tidur di pinggir jalan, gelandangan, pengemis dan orang yang bekerja di malam hari seperti tukang becak, pekerja kebersihan, kuli panggul dan sebagainya. Komunitas ini memiliki tujuan yang cukup unik yakni membubarkan komunitas itu sendiri. Maksud dari tujuan ini adalah harapan terciptanya masyarakat yang sejahtera dan tidak ada lagi orang yang kelaparan. Sehingga mereka bisa bubar karena memang gerakan ini sasarannya utamanya adalah mereka yang juga penyandang masalah kesejahteraan sosial. Ketika masyarakat sudah sejahtera maka komunitas ini tidak lagi dibutuhkan.

Gerakan Berbagi Nasi Yogyakarta merupakan salah satu bentuk kegiatan filantropi sosial. Filantropi menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia berarti cinta kasih (kedermawanan) kepada manusia. Filantropi sosial merupakan bentuk tindakan sukarela yang dilakukan untuk kepentingan manusia baik perorangan maupun umum untuk menunjukkan cinta kasih kepada manusia tanpa mempertimbangkan latar belakang atau atribut budaya, sosial, demografi yang dimiliki. Kegiatan ini didorong tingginya rasa berderma yang merupakan salah satu modal sosial masyarakat. Filantropi sosial juga bagian dari pelayanan sosial untuk mendistribusikan sumber daya ke masyarakat yang kekurangan. Pada dasarnya Berbagi Nasi Yogyakarta termasuk filantropi tradisional karena bentuk kegiatannya bersifat karitas dan tidak mempertimbangkan dampak jangka panjang. Nasi yang dibagikan hanya menjadi solusi sementara untuk mengatasi masalah kemiskinan. Berbeda dengan filantropi keadilan sosial yang lebih bersifat jangka panjang karena bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial.

Berbagi Nasi Yogyakarta berbasis kepedulian individu yang diorganisir secara sederhana dan didistribusikan untuk mengatasi masalah kebutuhan yang mendesak. Membagikan nasi merupakan bentuk pelayanan sosial secara langsung. Namun tidak dapat menciptakan perubahan sosial yang secara signifikan juga mengubah kondisi kemiskinan yang ada. Berbagi Nasi Yogyakarta bersifat berulang-ulang setiap Jumat malam. Berbeda dengan filantropi keadilan sosial yang kegiatannya menyesuaikan ketidakadilan struktur yang ada. Filantropi tradisional berorientasi untuk mengatasi kebutuhan mendesak sehingga hanya mengatasu gejala keadilan sosial. Namun hal tersebut tidak bisa mengobati akar penyebab ketidakadilan sosial dan kemiskinan di masyarakat. Berbagi Nasi Yogyakarta memobilisasi sumberdaya yang ada untuk kegiatan filantropi di masyarakat sekitar.

Sumber daya yang dapat dimobilisasi untuk kegiatan filantropi sosial dalam Berbagi Nasi Yogyakarta diantaranya adalah orang,

dana/uang dan barang, jejaring, dan media. Orang yang dimaksud dalam sunber daya filantropi sosial adalah para pejuang nasi dalam komunitas tersebut yang menjadi organisator sekaligus relawan yang mengumpulkan, mengolah, hingga membagikan nasi pada orang-orang di jalanan. Dana/uang yang masuk akan digunakan untuk membeli nasi untuk dibagikan. Sehingga sumber daya yang dibagikan berbentuk barang. Pejuang nasi di Berbagi Nasi Yogyakarta memanfaatkan media sebagai sarana publikasi untuk menggaet masa sebagai sumber donor dan relawan. Publikasi dilakukan dengan berbagai media sosial misalnya website dan instagram. Selain untuk menggaet masa, publikasi juga sebagai sarana transparansi bagi pendonor yang memberikan uang maupun barang untuk dibagikan. Selanjutnya lewat publikasi tersebut Berbagi Nasi Yogyakarta mendapatkan jaringan yang bersedia menjadi donor tetap kegiatan ini.

Meskipun terdapat kekurangan dalam filantropi tradisional yang tidak mampu menciptakan perubahan sosial guna mengurangi kemiskinan dan jumlah PMKS yang ada. Namun Berbagi Nasi Yogyakrta menunjukan bahwa masyarakat memiliki kepedulian tinggi terhadap sesama yang diwujudkan dengan kegiatan berderma. Kepedulian ini menjadi modal sosial sebagai *safety net* di masyarakat sehingga perlu dijaga keberlanjutannya.

Daftar Pustaka

BAPPEDA. (2019, November 20). *Data dasar*. Retrieved from Dataku: http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/105-penyandang-masalah-kesejahteraan-sosial-dan-sarana-kesejahteraan-sosial?id_skpd=5

MAKNA TERSIRAT ADOPSI ANAK SEBAGAI SEBUAH FILANTROPI

Giranda Septa Aji Prasetya

Keluarga mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia sebagai mahluk sosial, keluarga merupakan kelompok masyarakat kecil yang terdiri dari seorang ayah, ibu dan anak. Akan tetapi tidak selalu ketiga keinginannya terpenuhi, karena kadang-kadang terdapat suatu keluarga yang tidak mempunyai anak sehingga diadakan pengangkatan anak angkat (adopsi).

Anak merupakan keinginan seluruh pasangan yang sudah menikah dan diakui oleh agama dan negara. Anak menjadi salah satu pokok keluarga sebagai penerus keluarga dan penerima warisan. Memiliki buah hati merupakan kebahagiaan pasangan demi memenuhi kesempurnaan berkeluarga.

Namun ada beberapa keluarga yang kurang beruntung dengan tidak memiliki karunia Tuhan untuk diberi keturunan. Entah karena memiliki masalah fertilitas ataupun kejadian-kejadian yang harus dilakukan sesuai tindakan medis terkait organ reproduksi. Kemudian keluarga-keluarga tersebut memilih untuk mengadopsi seorang anak.

Mengadopsi anak bukan perkara yang mudah, terdapat tahap-tahap dan syarat-syarat yang harus dipenuhi. Calon anak yang akan diapdopsi berasal dari berbagai latar belakang. Dari keluarga yang tidak mampu sehingga harus mempasrahkan anaknya kepada keluarga yang berada. Ada juga yang berasal dari keluarga dan pasangan tidak resmi yang tidak menginginkan keberadaan anak sehingga justru kemudian dibuang di panti asuhan. Intinya adopsi

dikarenakan anak yang lahir dari kedua orang tuanya yang tidak menginginkan kehadirannya di dunia

Pengangkatan anak merupakan suatu perbuatan hukum yang mengalihkan seorang anak dari lingkungan kekuasaan orang tua, wali yang sah, atau orang lain yang bertanggung jawab atas perawatan, pendidikan, dan membesarkan anak tersebut kedalam lingkungan keluarga orang tua angkat (Pasal 1 butir 2 Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2007 Tentang Pelaksanaan Pengangkataan Anak).

Pengangkatan anak (adopsi) adalah suatu perbuatan pengambilan anak orang lain ke dalam keluarga sendiri sedemikian rupa, sehingga antara orang yang memungut anak dan anak yang dipungut itu timbul suatu hubungan kekeluargaan yang sama, seperti layaknya orang tua dan anak kandungnya sendiri. Proses pengangkatan anak (adopsi) menurut peraturan perundangan harus melalui putusan atau penetapan Pengadilan Negeri (Ketentuan Umum, Pasal 1 butir 9 Undang-Undang Perlindungan Anak). (Djaja, 2016).

Alasan pengangkatan (adopsi) anak, antara lain, adalah sebagai berikut

1.) Tidak mempunyai anak untuk mempertahankan garis keturunan/marga, agar dapat menjaga dan memeliharanya kelak kemudian di hari tua.
2.) Untuk mempertahankan ikatan perkawinan/kebahagiaan keluarga.
3.) Adanya kepercayaan bahwa dengan adanya anak di rumah, maka akan dapat mempunyai anak sendiri.
4.) Adanya rasa belas kasihan terhadap anak terlantar atau anak yang orang tuanya tidak mampu memeliharanya atau demi kemanusiaan.

5.) Untuk mendapatkan teman bagi anaknya yang sudah ada.
6.) Untuk menambah atau mendapatkan tenaga kerja.
Dapat ditambahkan pula alasan pengangkatan anak sebagai berikut :
7.) Karena hanya mempunyai anak laki-laki, maka diangkatlah seorang anak perempuan atau sebaliknya.
8.) Karena adanya hubungan keluarga, atas permintaan orang tua kandung si anak kepada

Tujuan pengangkatan (adopsi) anak menurut Undang-Undang Nomor 14/1979 tentang Kesejahteraan Anak harus dilaksanakan dengan mengutamakan kepentingan kesejahteraan anak.

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak, Undang-Undang ini, dalam ketentuan Pasal 39 butir 1, menentukan: Pengangkatan anak hanya dapat dilakukan untuk kepentingan yang terbaik bagi anak dan dilakukan berdasarkan adat kebiasaan setempat dan ketentuan peraturan perundang-undangan

Tujuan pengangkatan anak lebih ditekankan kepada kekhawatiran (calon orang tua angkat) akan kepunahan, maka calon orang tua angkat (yang tidak mempunyai anak) mengambil anak dari lingkungan kerabatnya, dan berkedudukan sebagai anak kandung dari ibu dan bapak yang mengangkatnya, terlepas dari golongan sanak saudaranya semula.

Ada pula persyaratan untuk mengadopsi seorang anak. Berikut syarat calon anak angkat menurut Pasal 12 PP Nomor 54 Tahun 2007 Tentang Pelaksanaan Pengangkatan Anak, menentukan:

1.) Syarat anak yang akan diangkat, meliputi:
    a. Belum berusia 18 (delapan belas) tahun
    b. Merupakan anak terlantar atau ditelantarkan

c. Berada dalam asuhan keluarga atau dalam lembaga pengasuhan anak, dan
d. memerlukan perlindungan khusus.

2.) Usia anak angkat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a meliputi:
   a. Anak belum berusia 6 (enam) tahun, merupakan prioritas utama.
   b. Anak berusia 6 (enam) tahun sampai dengan belum berusia 12 (dua belas) tahun, sepanjang ada alasan mendesak, dan
   c. Anak berusia 12 (dua belas) tahun sampai dengan belum berusia 18 (delapan belas) tahun, sepanjang anak memerlukan perlindungan khusus.

Kemudian sebagai berikut syarat menjadi calon orang tua angkat menurut Pasal 13 PP Nomor 54 Tahun 2007 :

a. Sehat jasmani dan rohani
b. Berumur paling rendah 30 (tiga puluh) tahun dan paling tinggi 55 (lima puluh lima) tahun.
c. Beragama sama dengan agama calon anak angkat.
d. Berkelakuan baik dan tidak pernah dihukum, karena melakukan tindak kejahatan.
e. Berstatus menikah paling singkat 5 (lima) tahun.
f. Tidak merupakan pasangan sejenis.
g. Tidak atau belum mempunyai anak atau hanya memiliki satu orang anak.
h. Dalam keadaan mampu ekonomi dan sosial.
i. Memperoleh persetujuan anak dan izin tertulis orang tua wali anak.

j. Membuat pernyataan tertulis bahwa pengangkatan anak adalah demi kepentingan terbaik bagi anak, kesejahteraan dan perlindungan anak.
k. Adanya laporan sosial dari pekerja sosial setempat.
l. Telah mengasuh calon anak angkat paling singkat 6 (enam) bulan, sejak izin pengasuhan diberikan; dan
m. Memperoleh izin Menteri dan/atau Kepala Instansi Sosial. (Lulik, 2011)

Jika kita perhatikan lagi, adopsi merupakan bentuk afeksi, empati, simpati dan bentuk dari altruisme karena ada unsur-unsur tersebut yang memperhatikan kesejahteraan orang lain. Kepedulian sekaligus rasa membutuhkan hadirnya anak merupakan hubungan mutualisme karena ada timbal balik. Kebutuhan batin orang tua yang mengadopsi bisa disalurkan kepada anak adopsi, sedangkan anak mendapat kasih sayang dan fasilitas sesuai dengan hak-haknya sebagai seorang anak.

Banyak persyaratan bagi calon orang tua yang hendak mengadopsi anak sebagai anak angkat yang kemudian dikaitkan dengan aspek kesejahteraan dan perlindungan sosial anak. Batasan umur produktif serta ada minimal usia merupakan bentuk antisipasi terhadap kesiapan mental calon orang tua sehingga anak angkat nantinya berada dalam keluarga yang berjalan sesuai fungsinya serta memiliki ekonomi yang stabil. Kemudian jumlah anak tunggal atau sebelumnya hanya memiliki satu anak merupakan kepastian bahwa nantinya anak angkat mendapat kasih sayang yang cukup.

Kemudian adopsi anak ini tergolong sebagai filantropi kesejahteraan sekaligus filantropi islam (berhubung agama saya islam). Dapat dikatakan filantropi islam karena ada hukum yang mengatur seperti diatas tadi mengenai tobanni (adopsi dalam bahasa Arab) yang struktural karena juga ada hukum-hukumnya dalam

ajaran islam. Islam sendiri menganjurkan melakukan adopsi anak bagi keluarga yang memiliki rezeki yang lebih.

Adopsi dinilai sebagai perbuatan yang pantas dikerjakan oleh pasangan suami istri yang luas rezekinya, namun belum dikaruniai anak. Maka itu, sangat baik jika mengambil anak orang lain yang kurang mampu, agar mendapat kasih sayang ibu-bapak (karena yatim piatu), atau untuk mendidik dan memberikan kesempatan belajar kepadanya.

Agama Islam telah mendorong seorang muslim untuk memelihara anak orang lain yang tidak mampu, miskin, terlantar, dan lain-lain. Tetapi tidak dibolehkan memutuskan hubungan dan hak-hak itu dengan orang tua kandungnya. pemeliharaan itu harus didasarkan atas penyantunan semata-mata sesuai dengan anjuran Allah SWT. Pasal 39 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002, menyatakan; pengangkatan anak tidak memutuskan hubungan darah antara anak yang diangkat dengan orang tua kandungnya. Imam al-Qurtubi (tth: 3) salah seorang ahli tafsir klasik menyatakan bahwa sebelum kenabian, Rasulullah Saw sendiri pernah mengangkat Zaid ibn Harisah menjadi anaknya, bahkan tidak lagi.

Sekali lagi saya mencoba menjelaskan bahwa mengadopsi anak merupakan suatu bentuk kedermawanan karena merawat anak yang tergolong yatim piatu dan/atau terlantar sehingga diberikan kesejahteraan yang semestinya tanpa ada rasa timbal balik antara anak angkat dengan orang tua angkatnya. (Ahmad, 2007)

Daftar Pustaka

Ahmad, S. (2007). Adopsi Dalam Perspektif Hukum Perdata, Hukum Adat dan Hukum Islam. *Jurnal Hunafa Vol. 4, No. 1*, 49-62.

Djaja, M. (2016). *Pengangkatan Anak (Adopsi) Berdasarkan Adat Kebiasaan Setempat dan Peraturan Perundangan di Indonesia.* Bandung: Nuansa Aulia.

Lulik, D. (2011). *Hukum Pengangkatan Anak di Indonesia.* Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

FILANTROPI & PEMUDA

REFLEKSI FILANTROPI SOSIAL: VOLUNTARISME SEBAGAI BENTUK FILANTROPI KEGEMARAN GENERASI MILENIAL

Laila Nur Assyifa

Pendahuluan

Filantropi jika didefinisikan secara luas bermakna tindakan kedermawanan yang bertujuan mencintai sesama manusia dan berasaskan nilai kemanusiaan, kegiatan tersebut meliputi menyumbangkan harta, waktu dan tenaga untuk membantu orang lain. Istilah bagi orang yang melakukan kegiatan ini adalah filantropis. Sebutan filantropis sering diafiliasikan dengan bilioner yang selalu menyumbangkan uangnya untuk berbagai kegiatan amal. Contohnya Bill Gates menyumbangkan hartanya dari keuntungan microsoft melalui yayasannya yaitu Bill and Melinda Gates untuk membantu mengangkat kemiskinan dan meningkatkan kesehatan masyarakat di negara miskin. Dari contoh tersebut kegiatan filantropi seakan – akan hanya terbatas pada kegiatan *charity* saja. Namun, ternyata kegiatan filantropi tak hanya sekadar urusan materi. Setidaknya ada dua hal lain yang dapat diberikan sebagai bentuk kepedulian kita terhadap sesama. Yang pertama adalah tenaga, ketika kita tidak memiliki harta untuk disumbangkan maka kita dapat berkontribusi untuk membantu masyarakat dengan menyalurkan tenaga yang kita miliki. Kedua, melalui ide atau skill yang dapat diajarkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Kedua bagian dari kegiatan filantropi tersebut termasuk dalam kegiatan voluntarisme atau kerelawanan.

Pembahasan

Pada tulisan ini akan lebih banyak membahas tentang kegiatan voluntarisme sebagai upaya generasi milenial berpartisipasi dalam kegiatan filantropi. Voluntarisme berkaitan dengan kegiatan filantropi karena sama-sama kegiatan yang bergerak dibidang kemanusian. Untuk itu kegiatan ini saling menyokong satu sama lain, jika diibaratkan maka kedermawanan atau filantropi menjadi modal atau amunisi seluruh kegiatan untuk membantu masyarakat, sedangkan kerelawanan atau voluntarisme menjadi lokomotif penggerak berjalannya setiap kegiatan yang memiliki tujuan kemanusiaan. Kegiatan voluntarisme atau kerelawanan bersifat universal, sebagaimana kemanusiaan dan kedermawanan. Baik kegiatan kedermawanan dan kerelawanan dilakukan oleh masyarakat dalam berbagai level, baik regional, nasional maupun internasional. Terdapat organisasi yang mengukur taraf kedermawanan setiap negara, organisasi tersebut bernama *Charity Aid Foundatiom* (CAF) dari Inggris, mengukur tingkat kedermawanan setiap negara melalui survey *World Giving Index* yang dilakukan oleh organisasi ini, pada tahun 2018 Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara paling dermawan. Terdapat tiga indikator penilaian kedermawanan rakyat Indonesia yaitu: Donasi uang, membantu orang yang tidak dikenal, dan kegiatan sukarela. Partisipasi masyarakat Indonesia dalam kegiatan sukarela mendapat presentase tertinggi di dunia yaitu sebesar 53%, sementara partisipasi masyarakat dalam mendonasikan uang dan membantu orang yang tidak dikenal sebesar 78% dan 46%. Indonesia juga memiliki peringkat sukarelawan wanita tertinggi jika dibandingkan dengan negara lain, yaitu sebesar 48%[2].

[2] cafonline.org : https://cafonline.org/docs/default-source/about-us-publication/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf

Posisi Negara Indonesia sebagai peringkat pertama negara yang paling dermawan, menunjukkan antusiasme dan partisipasi masyarakat yang tinggi untuk menolong sesama. Terlebih presentase pada partisipasi kegiatan sukarela masyarakat Indonesia menempati posisi yang menonjol dibandingkan dengan negara lain. Presentase partisipasi masyarakat Indonesia dalam kegiatan sukarela atau voluntarisme dapat dikategorikan dalam umur masyarakat yang berpartisipasi. Untuk partisipasi kegiatan sukarela, jumlah presentase masyarakat umur 50 tahun keatas sebanyak 10%, dan untuk masyarakat yang berumur 20-40 tahun sebanyak 43%. Banyaknya generasi muda yang mau berpartisipasi dalam kegiatan sukarela, didukung oleh faktor jumlah generasi muda yang ada di Indonesia sendiri, menurut survei yang dilakukan oleh McKinsey pada bulan Mei 2017[3] menyebutkan, Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang memiliki profil demografis paling muda, yaitu sekitar 60% populasi berusia di bawah 30 tahun.

Populasi dari demografi tersebut lebih sering disebut generasi milenial. Generasi milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000 memiliki banyak julukan mulai dari "Generasi Narsistik" sampai "Generasi Internet"[4]. Ilmuwan sosial menyebut generasi ini sebagai generasi Y tetapi kata yang sering dipakai untuk mendeskripsikan generasi ini adalah milenial. Mayoritas dari generasi ini masih berada di perguruan tinggi dan memasuki dunia kerja. Menurut pakar sosiologi Christian Smith dari University of Notre Dame milenial adalah generasi yang ingin terlibat secara sosial, Smith mencatat bahwa generasi ini memandang membantu orang lain sebagai pilihan pribadi yang opsional[5].

[3] mckinsey.com : https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/how-to-create-an-agile-organization#

[4] Barna Group, Making Space for Millennials: a Blueprint for Your Culture, Ministry, Leadership and Facilities (Ventura, CA: Barna Group, 2014), 5.

[5] Christian Smith with Patricia Snell, Souls in Transition: The Religious & Spiritual Lives of Emerging Adults (New York: Oxford University Press, 2009): 5;

Generasi milenial juga lebih memilih bekerja di perusahaan yang memiliki dampak yang baik terhadap masyarakat. generasi milenial mulai menjadikan kegiatan filantropi sebagai gaya hidup dengan mendirikan yayasan atau komunitas untuk mengembangkan berbagai program/inisiatif sosial yang menjadi minat atau perhatiannya. Sebagian besar generasi muda bergerak dibidang kegiatan sukarela di berbagai organisasi nirlaba dibidang sosial. Pembahasan ketertarikan generasi muda sangat menarik untuk ditelusuri lebih lanjut, apalagi jika dikaitkan dengan kemampuan generasi muda dalam menggunakan media digital, menjadikan arus kegiatan filantropi dibidang voluntarisme menjadi lebih baru dan menarik.

Alasan mengapa banyak generasi milenial lebih tertarik pada kegiatan yang bersifat voluntarisme karena karakteristik generasi milenial yang menyukai pengalaman baru, serta generasi milenial adalah generasi yang berada pada masa-masa produktif, sehingga meminta mereka untuk menyumbang uang secara langsung nampaknya kurang efektif. Generasi Millenial lebih bersedia menyumbangkan waktu mereka daripada uang mereka, serta lebih suka menjadi '*Connector*' untuk membagikan pengalaman beramal kepada mitra donatur yang memiliki kemapanan secara finansial. Cara membagikan pengalaman tersebut melalui organisasi sosial atau *startup* yang dibentuk oleh generasi milenial, maupun kontribusi yang dilakukan di berbagai organisasi nirlaba.

Contoh dari inovasi generasi milenial dibidang voluntarisme diantaranya adalah pembuatan aplikasi yang menghubungakan antara relawan dengan organisasi nirlaba di sekitar tempat tingaal relawan tersebut, aplikasi tersebut bernama 'ichipn'. Ichipn adalah platform dimana para generasi muda di Amerika Serikat dapat dengan mudah mendaftar sebagai relawan di tempat tinggal sekitarnya, dan juga menjadi relawan sesuai dengan bidang yang diminatinya, dalam Ichipn terdapat empat dampak sosial yang

menjadi fokus kegiatan voluntarisme yaitu akses terhadap makanan, akses pendidikan, akses ekonomi layak, dan kepedulian lingkungan. Untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut pengguna Ichipn harus membuat profil terlebih dahulu, kemudian pengguna dapat memilih kegiatan sesuai dengan minatnya dan mendaftar, setelah pengguna Ichipn menyelesaikan misi kegiatannya, maka penggunan akan mendapatkan reward berupa poin yang disebut dengan 'chips', pengguna dapat mengumpulkan chips sebanyak-banyaknya dan mengikuti '*lucky draw*', penggunan yang beruntung dalam *lucky draw* akan mendapatkan hadiah berupa voucher belanja, voucher langganan musik, voucher langganan film, tiket festival, maupun voucher donasi makanan bagi tunawisma, voucher donasi alat tulis bagi anak-anak yatim piatu. Konsep *lucky draw* dalam Ichipn sebagai bentuk reward bagi penggunanya, tidak merugiksn para pengguna, jika pengguna beruntung maka akan mendapatkan hadiah yang dapat dinikmati secara pribadi maupun mendapat kesempatan berdonasi untuk mereka yang membutuhkan.

Sayangnya, di Indonesia belum ada inovasi yang memudahkan generasi milenialnya untuk menjadi relawan. Namun, di Indonesia informasi kegiatan voluntarisme dapat ditemukan di berbagai sosial media, seperti di Instagram terdapat beberapa akun yang berfokus pada info pendaftaran relawan yang bernama 'idvolunteering' dalam akun ini tersedia berbagai macam informasi pendaftaran kegiatan relawan di berbagai kota di Indonesia, serta berbagai bidang kegiatan, seperti pendidikan, lingkungan, keagamaan, seni dan budaya. Dalam akun ini generasi milenial dapat mendaftar kegiatan voluntarisme yang diminati dan berada di kota tempat tinggalnya dengan menggunakan tagar kota masing-masing, untuk pendaftarannya dapat menghubungi kontak yang tertera pada feeds instagram idvolunteering, pendaftaran dapat dilakukan secara online maupun manual sesuai dengan persyaratan

yang diminta oleh setiap organisasi nirlaba yang bermitra dengan idvolunteering.

Contoh-contoh inovasi di atas dapat memudahkan generasi milenial untuk berpartisipasi dalam kegiatan voluntarisme. Karakteristik generasi milenial yang sudah tidak asing dengan teknologi dan dunia digital. Dapat mengusung kegiatan filantropi berbasis voluntarisme kearah yang lebih luas, media digital tidak hanya sebagai portal iklan dari berbagai kegiatan voluntarisme yang ditawarkan namun, menjadi ajang komunikasi yang dapat mempermudah generasi milenial untuk berkontribusi bagi sesama.

Kesimpulan

Peran generasi milenial dalam lingkup filantropi sangatlah besar, karakteristik gaya hidup generasi milenial yang yang ingin memberikan dampak baik pada lingkungan sekitar tempat tinggalnya secara tidak langsung dapat merubah minat generasi ini akan kontribusi sosialnya. Kontribusi yang dapat dilakukan generasi milenial yang pertama adalah ide atau pikiran. Melalui ide atau pikiran yang kreatif sehingga dapat membuat sebuah kegiatan filantropi yang sumbangannya tidak berbentuk materi secara langsung. Kedua, tenaga. Jika generasi milenial tidak memiliki ide dan materi untuk disumbangkan, mereka memilih aksi langung untuk dapat berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan sosial. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah bergabung dengan organisasi nirlaba di Indonesia dan terjun langsung ke lapangan untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Daftar Pustaka

Barna Group. (2014). *Making Space for Millennials: a Blueprint for Your Culture*. Ministry, Leadership and Facilities

Beritagar. (2018). *Kegiatan Filantropi Tak Hanya Sekadar Urusan Materi*. Diakses dari https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/kegiatan-filantropi-tak-hanya-sekadar-urusan-materi tanggal 10 November 2019

Charities Aid Foundation. (2018). *CAF World Giving index 2018*. Diakses dari https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf tanggal 10 November 2019

Forbes. (2015). *The Key To Getting Millennials To Donate: Create Something They Can Experience*. Diakses dari https://www.forbes.com/sites/jefffromm/2015/11/11/the-key-to-getting-millennials-to-donate-create-something-they-can-experience/#4d00bf473ceb tanggal 10 November 2019

Ichipn Website ; http://ichipn.com/

King, David P. (2016). *Millennials, Faith and Philanthropy: Who Will be Transformed?*. Bridge/Work: Vol. 1: Iss. 1, Article 2.

Mckinsey & Company. (2017). *How to Create an Agile Organization*. Diakses dari https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/how-to-create-an-agile-organization# tanggal 10 November 2019

Saunders, Katheryn Anne. (2019). *Millennial World-Changers: Engaging This Cause-Driven Generation.* Doctor of Ministry. 303. https://digitalcommons.georgefox.edu/dmin/303

Smith, Christian. Snell Patricia. (2009). *Souls in Transition: The Religious & Spiritual Lives of Emerging Adults*. New York: Oxford University Press

The Guardian. (2014). *Is Volunteering New Giving?*. Diakses dari https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2014/feb/13/volunteering-is-the-new-giving tanggal 10 November 2019

FILANTROPI SOSIAL OLEH MAHASISWA PERANTAUAN MELALUI ORGANISASI MAHASISWA DAERAH (ORMAWA) DI YOGYAKARTA

Ismiarti

Pendahuluan

Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang menjadi tujuan untuk belajar dan menuntut ilmu. BPS Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2018) menyebutkan bahwa harapan lama sekolah penduduk D.I. Yogyakarta tercatat paling tinggi di antara 34 provinsi di Indonesia. Tingginya capaian dan peningkatan harapan lama sekolah penduduk didorong oleh meningkatnya angka partisipasi sekolah terutama pada jenjang pendidikan menengah dan tinggi. Hal ini sangat terkait dengan ketersediaan infrastruktur pendidikan tingkat menengah dan tinggi yang cukup representatif, berkualitas, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan penduduk serta level kesejahteraan penduduk yang semakin meningkat. Sebagai kota pelajar, Yogyakarta menarik minat pelajar/mahasiswa karena berbagai alasan, seperti tersedianya fasilitas pendidikan untuk menuntut ilmu (mulai dari sekolah dasar, menengah, sampai dengan perguruan tinggi), keramahan masyarakat Yogyakarta, biaya hidup yang tidak mahal, dan sebagainya (Zubaidah, dkk, 2015).

Dengan pertimbangan berbagai alasan di atas, maka sudah barang pasti bahwa di Yogyakarta banyak sekali pendatang untuk kemudian menuntut ilmu di Yogyakarta. Dari pendatang tersebut, didominasi oleh mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena secara usia mahasiswa sudah dianggap dewasa untuk kemudian dapat hidup mandiri menuntut ilmu di daerah perantauan. Statistik Pendidikan Tinggi 2014/2015 yang diterbitkan oleh Kemristekditi

(2016) menyebutkan bahwa pada tahun ajaran 2014/2015 terdapat 82.284 mahasiswa baru di Yogyakarta. Artinya, setiap tahun terdapat sekitar 80.000 mahasiswa baru yang kuliah di Yogyakarta dari berbagai daerah termasuk di dalamnya penduduk asli Yogyakarta.

Merantau untuk menuntut ilmu di dalamnya tidak sekadar belajar akademis melainkan belajar untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan, masyarakar, dan budaya yang berbeda dengan daerah asal. Dengan demikian, kemampuan untuk berdaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan dan budaya yang baru sangat penting bagi mahasiswa perantauan untuk menunjang kehidupan akademisnya. Penyesuaian diri dapat membantu individu untuk mencapai keseimbangan diri dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan lingkungan hidup (Sobur dalam AS, 2013). Namun, pada kenyataannya penyesuaian diri bukanlah hal yang mudah dilakukan. Dalam prosesnya tidak sedikit mahasiswa yang mengalami *culture shock* atau benturan budaya karena adanya perbeadaan budaya, perilaku, dan bahasa. Dari berbagai perbedaan tersebut akan memunculkan permasalahan berupa ketegangan dalam penyesuaian psikologis misalnya merasa kehilangan teman, status, peranan sosial, dan posisi personal, munculnya perasaan untuk takut ditolak oleh kebudayaan baru, bingung dalam peran, nilai, perasaan, dan identitas diri, terkejut serta munculnya perasaan cemas bahkan jijik setelah menyadari perbedaan kebudayaan dan juga merasa impotens akibat kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan baru (Oberg dalam Dayakisni dan Yuniardi dalam AS, 2013).

Dalam membantu penyesuaian dan mengatasi persoalan *culture shock* akibat perbedaan budaya, salah satu wadah organisasi yang kemudian berperan penting adalah Organisasi Mahasiswa Daerah (ORMAWA). Organisasi yang bersifat kedaerahan ini kemudian dapat membantu mahasiswa baru untuk beradaptasi bersama dengan teman-teman baik itu teman seangkatan maupun

yang lebih senior yang berasal dari daerah yang sama. Selain bersifat kedaerahan, ORMAWA juga merupakan organisasi nonprofit. Artinya, dalam menjalankan kegiatannya, basis dari ORMAWA ini adalah kesamaan daerah bukan dengan motif ekonomi. Dengan demikian bersifat *volunteerism* untuk membantu dan berbagi pengalaman di daerah yang baru bagi mahasiswa baru.

Pembahasan

Organisasi Mahasiswa Daerah (ORMAWA) berperan sangat penting dalam membantu dan tempat saling berbagi di dearah yang jauh dari keluarga. Dengan kata lain ORMAWA dapat menjadi keluarga pertama mahasiswa di daerah rantau. Hal tersebut karena mereka jauh dari keluarga di kampung halaman. Dalam praktiknya, ORMAWA merupakan organisasi yang bersifat kedaerahan dan non profit. Aktivitas-aktivitas di dalamnya juga dimaksudkan untuk membantu sesama mahasiswa dari daerah asal agar mereka tidak merasa jauh dari keluarga di kampung halaman dan juga agar memudahkan mahasiswa dalam beradaptasi di lingkungan sosial yang baru. Dengan demikian, ORMAWA merupakan organisasi yang melakukan praktik-praktik filantropi sosial di dalamnya.

Filantropi sosial sendiri adalah kegiatan menolong sesama dengan sukarela baik itu dalam bentuk uang, pikiran, maupun tenaga. Filantropi sosial tidak sekadar berderma dan memberikan bantuan materi kepada sesama, melainkan dapat juga bantuan-bantuan yang bersifat psikis atau dukungan mental dengan menggunakan pikiran dan tenaga. Dengan demikian, meskipun ORMAWA tidak memberikan bantuan material kepada anggotanya, tetapi di dalamnya terdapat bantua berupa *support system* yang juga tak kalah penting dari bantuan materi. *Support system* dalam ORMAWA merupakan praktik filantropi yang unik karena di dalamnya tidak didasarkan pada motif ekonomi melainkan didasarkan pada kesamaan daerah.

Support system yang paling mendasar yang dilakukan oleh ORMAWA adalah menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa perantauan untuk berani hidup merantau dan jauh dari keluarga. Menurut Johnson dalam Putri (2014), terdapat lima aspek kepercayaan, yaitu; *Openess* (keterbukaan) yaitu ketika rekan kerja dapat saling membagi informasi, ide-ide, pemikiran, perasaan, dan reaksi atas isu-isu yang terjadi. *Sharing* (berbagi) dimana rekan kerja memiliki keinginan untuk membatu oran lain dalam menyelesaikan tugasnya, dan rela membantu baik secara emosional maupun material. *Acceptance* (penerimaan) yaitu melakukan komunikasi dengan orang lain dan menghargai pendapat mereka tentang suatu hal yang sedang dibicarakan. *Support* (dukungan) yaitu hubungan dengan orang lain yang diketahui kemampuannya dan percaya bahwa mereka memiliki kapabilitas yang dibutuhkan. *Cooperative Intention* (niat untuk bekerjasama) yaitu adanya pengharapan bahwa seseorang dapat bekerja sama dan orang lain juga dapat bekerjasama untuk mencapai tujuan. Hal tersebut sangat penting dalam mendukung mahasiswa dalam adaptasi dan menyukseskan perkuliahannya. Kegiatan menumbukan kepercayaan diri ini kerap dilakukan dalam kegiatan malam keakraban atau makrab. Di sini mahasiswa perantauan dapat berkumpul dan sharing bersama tentang kehidupan perkuliahan dan sosial bersama dengan teman seangkatannya maupun dengan yang lebih senior.

Support system kedua yang dari adanya ORMAWA adalah komunikasi dengan bahasa yang sama. Bahasa menjadi sarana untuk mensosialisasikan, sehingga percakapan yang terjadi di antara individu yang ada dalam kelompok tersebut maupun dengan masyarakat di sekitarnya tidak terpisahkan dari interaksi sosial, kebudayaan, dan kepribadia (Berman dalam Darmasuti, 2013). Dengan adanya ORMAWA tentu mahasiswa perantauan dapat dengan bebas mengekspresikan dirinya karena di dalamnya mahasiswa dapat dengan bebas menggunakan bahasa daerahnya

dalam berkomunikasi. Sehingga, mereka tidak akan merasa sendiri ketika hendak berekspresi.

Support system yang lain yang terdapat di ORMAWA adalah memunculkan jiwa kepemimpinan dan belajar bertanggung jawab meskipun jauh dari keluarga. Hal ini karena di dalam ORMAWA di dalamnya terdapat struktur organisasi dari ketua, bendahara, sekretaris, dan kepala divisi yang kemudian dapat melatih jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab mahasiswa perantauan. Hal ini menjadi unik karena struktur organisasi ini selain berbasis kedaerahan juga yang mereka bantu merupakan mahasiswa-mahasiswa dari daerah yang sama. Hal tersebut juga bersifat *sustainable.*

Selain melakukan filantropi pada mahasiswa perantauan, ORMAWA di dalamnya juga melakukan kegiatan-kegiatan untuk membantu dan berbagi bersama pelajar SMA sederajat di kampung halaman mereka terkait kehidupan perkuliahan di tanah rantau (dalam hal ini adalah Yogyakarta). Di sini mereka juga melakukan kegiatan berbagi pengalaman dan tips untuk bisa hidup mandiri dan sukses di Yogyakarta sebagai mahasiswa. Semua itu dilakukan dengan berbasis pada kesamaan daerah bukan karena motif ekonomi.

Kesimpulan

Organisasi Mahasiswa Daerah (ORMAWA) di Yogyakarta berperan sangat penting dalam membantu mahasiswa untuk beradaptasi pada masyarakat dan budaya di Yogyakarta dan juga tentang kehidupan kampus di Yogyakarta. Hal tersebut dirasa sangat penting karena sebagai seorang pendatang, mahasiswa perantauan tentu harus beradaptasi dengan budaya baru. Dalam proses beradaptasinya, tentu tak sedikit yang mengalami culture shock atau benturan budaya. Hal tersebut jika dibiarkan tanpa ada penanganan dapat menimbulkan masalah dalam kesuksesan studi

mahasiswa tersebut. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan ORMAWA berbasis pada kesamaan daerah, bukan berdasarkan motif ekonomi. Dengan demikian, kegiatan-kegiatan yang dilakukan merupakan kegiatan filantropi sosial karena berdasarkan juga pada kesukarelaan. Namun, filantropi yang dilakukan bukanlah filantropi yang berbasis materi atau memberikan bantuan dukungan dana (materi) melainkan *support system* dengan tenaga dan pikiran. *Support system* yang dilakukan meliputi menumbukan rasa kepercayaan diri, adanya kesamaan bahasa, melatih jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab, serta berbagi pada pelajar SMA sederajat di daerah asal.

Daftar Pustaka

, Zaenal Abidin, 2013, *Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Kekerasan Mahasiswa Pendatang dengan Lokal (Studi Kasus Kekerasan Mahasiswa NTT dengan Masyarakat Tambakbayan, Yogyakarta),* Universitas Gadjah Mada: Electronic Theses and Dissertations.

Badan Pusat Statistik, 2018, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) D.I. Yogyakarta Tahun 2018, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Darmastuti, Rini, 2013, *Mindfullness dalam Komunikasi Antarbudaya,* Yogyakarta: Buku Litera.

Kemristekditi, 2016, *Statistik Pendidikan Tinggi 2014/2015,* diakses dari https://www.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/11/E-Book-Statistik- Pendidikan-Tinggi-2014-2015-revisi.pdf tanggal 20 November 2019.

Putri, Melisa Dwi, 2014, *Kepercayaan (Trust) Terhadap Pengurus Organisasi Dan Komitmen Afektif Pada Organisasi Mahasiswa Daerah Di Yogyakarta,* Jurnal Psikologi Integratif, Vol. 2, No. 1 diakses dari http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/PI/article/view/222/215 tanggal 20 November 2019.

Zubaidah, Enny, dkk, 2015, *Migrasi Pelajar dan Mahasiswa Pendatang di Kota Pendidikan,* diakses dari https://eprints.uny.ac.id/36733/1/LAPORAN%20PENELITIAN%20PUSDI%202015. pdf tanggal 20 November 2019.

KAPSTRA FOUNDATION: LEMBAGA FILANTROPI MAHASISWA DI TINGKAT DEPARTEMEN

Muhammad Aqil Qurthuby

Pendahuluan

Filantropi secara etimologis memeiliki makna kedermawanan. Istilah filantropi berasal dari bahasa Yunani, yaitu philos (cinta) dan anthropos (manusia). Filantropi dapat dimaknai sebagai sebuah konsep dari praktik memberi, pelayanan dan asosisasi yang dilakukan secara sukarela untuk membantu orang lain. Kegiatan Filiatropi di tingkat mahasiswa merupakan upaya mahasiswa untuk menyalurkan kepedulian dan bagi masyarakat yang membutuhkan melalui kegiatan beramal dengan donasi dan upaya upaya yang menunjukan kepedulian, kelembagaan dari kegiatan filantropi di kalangan mahasiswa memungkinakan kegiatan filantropi yang kolektif sehingga memiliki dampak yang lebih besar. Bentuk kelembagaan filantropi di tingkat mahasiswa merupakan cerminan dari empati mahasiswa sebagai akademisi dalam memberikan kontribusi nyata terhadap isu isu filantropi yang sedang terjadi di sekitar mahasiswa.

Pembahasan

Kapstra Foundation sebagai lembaga filantropi di tingkat departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan yang dikelola dan menjadi wadah melakukan kegiatan filantropi bagi Mahasiswa untuk membantu masyarakat dan menyikapi tragedi yang terjadi baik di dalam Himpunan Keluarga Mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan maupun di masyarakat luas. Kapstra Foundation sendiri merupakan lembaga filantropi di dalam himpunan

mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan (PSdK) yang pada mulanya dibentuk sebagai bentuk pengabdian nyata mahasiswa PSdK terhadap masyarakat Dusun Batur yang memiliki akses yang minim karena tinggal di kawasan terpelosok di kaki Gunung Merbabu, pengabdian terus berjalan sampai 2019 saat Kapstra Foundation berhenti menjadi BSO dan masuk ke dalam struktur utama kapstra dan berfungsi sebagai lembaga amal yang tugasnya menghimpun dana untuk digunakaan saat ada satu bencana yang dialami oleh masyarakat maupun individu. Perubahan ini tidak menghentikan pengabdian pada masyarakat Dusun Batur, dengan penggunaan skema alokasi dana Kapstra Foundation 70% untuk kegiatan di Dusun Batur yang menjadikan pengabdian Batur sebagai tujuan utama Kapstra Foundation.

Untuk menjadikan Kapstra Foundation lembaga filantropi yang efektif di dalam Himpunan Keluarga Mahasiswa Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan organisasi Filantropi Modern di kembangkan pemahaman mendalam hubungan-hubungan interpersonal, organisasional dan institusional pada semua tingkat (makro dan mikro) dan antara segala sektor kemahasiswaan yang ada di dalam Departemen Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan. Efektifitas ini menjadikan penerapan skema alokasi dana di kapstra foundation mendapatkan keleluasaan, di luar skema alokasi dana 70% untuk kegiatan di Dusun Batur, 20% untuk mahasiswa PSdK yang membutuhkan, dan 10% untuk donasi bencana alam, Kapstra Foundation masih bisa menarik dana khusus kepada mahasiswa- mahasiswi PSdK untuk menambah sumbangan kepada penerima sumbangan.

Masyarakat umum di Indonesia berasumsi bahwa organisasi yang melakukan dan mendukung program filantropi bergantung pada donor dan sumbangan dari individu individu dalam kelmpok komunitas, begitupula dengan kapstra foundation yang merupakan tempat bagi mahasiswa PSdK untuk menjalankan fungsi sebagai

pelaksana kegiatan filantropi yang peduli terhadap sesama dan individu individu yang membutuhkan.

Penutup

Lembaga Filantropi Kapstra Foundation merupakan lembaga filantropi yang ada sebagai wadah yang menampung dan menyalurkan semangat filantropi sosial yang dimiliki mahasiswa sebagai akademisi yang memiliki kepekaan dan kepedulian sosial yang tinggi. Tanpa semangat filantropi sosial maka lembaga Kapstra Foundation akan kesulitan untuk mengadvokasikan dan menghimpun dana oleh karena itu keberlangsungan Kapstra Foundation sebagai lembaga Filantropi mahasiswa menandakan masih adanya semangat filiantropi sosial di kalangan mahasiswa.

Daftar Pustaka

Jusuf, Chunan. 2007. "Filantropi Modern untuk Pembangunan Sosial ." *Sosio Konsepsia* 74-80.

PERAN PEMUDA
SEBAGAI AGEN FILANTROPI MUDA

Fuad Rafif Prasetyo

Pendahuluan

Filantropi telah menjadi wacana serius seiring dengan mengemukanya konsep *Civil Society* pada masyarakat, karena kemunculannya tersebut terutama berkaitan dengan topik kemandirian *Civil Society* yang berkembang ditengah masyarakat. Filantropi pada saat ini tidak hanya dilakukan oleh kalangan usia dewasa, akan tetapi telah menjadi perhatian bagi kalangan muda terhadap pelaksanaan kegiatan filantropi di sekitarnya. Kebutuhan kemandirian *Civil Society* ini sesuai dengan perannya untuk membatasi pemerintahan yang otoriter, meningkatkan keberdayaan masyarakat. Istilah Filantropi (*Philanthropy*) berasal dari bahasa Yunani, *Philos* (berarti Cinta), dan *Anthropos* (berarti Manusia), sehingga secara harfiah Filantropi adalah konseptualisasi dari praktik memberi, pelayanan dan asosiasi secara sukarela untuk membantu pihak lain yang membutuhkan sebagai ekspresi rasa cinta. Filantropi dalam sejarah kelahirannya sampai de-ngan sekarang berkembang dalam 2 (dua) varian besar yakni filantropi tradisional dan filantropi keadilan sosial (Prihatna, 2005). Hal ini pula di tegaskan oleh Allien Shaw bahwa filantropi bukanlah sekedar karitas, akan tetapi lebih pada pendampingan yang bersifat pemberdayaan berdampak jangka panjang (Latief, 2010).

Filantropi didefinisikan sebagai tindakan sukarela untuk memenuhi kepentingan publik. Berdasarkan sifat filantropi, masyarakat mengenal dua bentuk filantropi, yaitu filantropi tradisional dan filantropi modern. Filantropi tradisional adalah

bentuk filantropi yang berbasis *charity* atau belas kasihan yang pada umumnya berbentuk pemberian untuk memberikan pelayanan sosial. Filantropi modern adalah bentuk filantropi yang berbasis untuk mengembangkan pembangunan sosial dan keadilan sosial, kedermawanan sosial yang terjadi menjembatani antara si kaya dan si miskin dalam mobilisasi sumber daya guna mendukung kegiatan yang bersifat menciptakan keadilan. Filantropi modern diharapkan dapat mendorong perubahan struktur dan kebijakan agar dapat berpihak kepada mereka yang lemah dan minoritas. Sumber daya yang dikumpulkan pada filantropi modern ditujukan kepada kegiatan yang mengarah kepada berbagai perubahan sosial dengan menggunakan metode pengorganisasian masyarakat serta advokasi publik.

Organisasi Filantropi Indonesia, sebuah organisasi yang muncul ditengah masyarakat untuk memberikan alternatif dalam pengembangan filantropi di Indonesia. Organisasi Filantropi Indonesia adalah lembaga nirlaba dan mandiri yang dimaksudkan untuk memajukan filantropi di Indonesia agar bisa berkontribusi dalam pencapaian keadilan sosial dan pembangunan berkelanjutan. Filantropi Indonesia berawal dari sejumlah individu dan lembaga nirlaba yang sejak tahun 2003 merintis jaringan 'Prakarsa Penguatan Filantropi' di Indonesia. Lembaga ini bermaksud untuk ikut serta dalam memajukan kepentingan para pelaku filantropi baik yang berasal dari sektor pemberi maupun penerima bantuan. Melalui kegiatan Next Generousion Festival Filantrop Muda, Lembaga Filantropi Indonesia mengajak kepada kaum milenial untuk ikut serta aktif dalam kegiatan filantropi di Indonesia. Kegiatan tersebut telah meluncurkan Pekan Donasi Online (Pedoeli Indonesia) yang bertujuan untuk memudahkan aktor filantropi dalam mengakses kegiatan filantropi di Indonesia. Dalam tulisan ini, akan membahas terkait munculnya peran pemuda sebagai agen filantropi muda yang

sedang dikampanyekan oleh lembaga Filantropi Indonesia melalui kegiatannya bertajuk Festival Filantrop Muda.

Pembahasan

Pengenalan aktivitas filantropi kepada generasi muda milenial menjadi langkah positif dalam mengembangkan kegiatan filantropi di Indonesia. Dorongan pemerintah dalam mewujudkan filantropi yang meluas di Indonesia menjadi langkah awal dalam melahirkan berbagai organisasi maupun lembaga yang bergerak dalam kegiatan filantropi. Lembaga Filantropi Indonesia melakukan inovasi dalam bentuk menghadirkan festival filantropi untuk menunjukkan bahwa kegiatan filantropi dapat dilakukan oleh semua kalangan termasuk kaum muda yang ada di Indonesia. Filantropi Indonesia mengajak kaum milenial untuk mewujudkan kegiatan filantropi yang berinovasi serta dapat lebih menjangkau seluruh elemen masyarakat di Indonesia. Munculnya inovasi program "Pekan Donasi Online" menjadi wujud nyata dari ide kreatif para pelaku filantropi di Indonesia untuk dapat menjangkau seluruh elemen dalam menyalurkan filantropi. Festival Filantropi Muda yang dilakukan oleh lembaga Filantropi Indonesia, mengajak seluruh elemen masyarakat untuk lebih memahami kegiatan filantropi yang dapat menjadi salah satu alternatif dalam mewujudkan pembangunan sosial serta keadilan sosial. Festival yang mengajak kaum muda untuk lebih berperan aktif dapat menyadarkan kaum muda untuk mau bergerak menjadi pelaku filantropi dan menghilangkan anggapan bahwa filantropi hanya dapat dilakukan oleh orang tua yang memiliki banyak modal.

Lembaga ini memiliki sejumlah gagasan yang menjadi dasar pendirian lembaga. Menurut laman Filantropi Indonesia, gagasan pendirian lembaga sebagai berikut (Filantropi Indonesia),

1. Bahwa menghargai, mencintai dan menolong sesama manusia telah menjadi naluri dasar setiap manusia sebagai

makhluk sosial. Semua ajaran agama apapun menganjurkannya. Dari khasanah kebudayaan berbagai suku dan kelompok masyarakat di Indonesia, kita juga belajar bahwa kedermawanan sosial atau filantropi, telah lama menjadi unsur perekat yang menjaga keutuhan dan keharmonisan suatu komunitas;

2. Bahwa sebagian masyarakat di Indonesia telah mencapai kemajuan ekonomi yang luar biasa. Namun disisi lain kesenjangan sosial dan ekonomi antar manusia dan antar komunitas juga semakin besar;
3. Bahwa potret buram persoalan sosial dan lingkungan di Indonesia dewasa ini membutuhkan filantropi sebagai potensi yang ada pada diri manusia dan khususnya bangsa Indonesia, untuk ditransformasikan menjadi sesuatu yang lebih berarti.
4. Bahwa upaya mengembangkan potensi filantropi bagi pembangunan berkelanjutan di Indonesia tidak mungkin dilakukan oleh orang-perseorangan, maupun oleh satu dua kelompok atau organisasi saja. Tantangan masalah yang terlalu besar, belum adanya infrastruktur kelembagaan dan kebijakan yang mendukung, semua itu mendorong perlu adanya usaha-usaha yang efektif dan terarah dari berbagai komponen pelaku dan pendukung filantropi di Indonesia.

Pengenalan kegiatan filantropi berbasis donasi uang digital menjadi langkah positif dalam mengenalkan filantropi kepada semua kalangan. Dunia digital yang saat ini lebih dekat kepada kaum milenial membuat aktivitas filantropi dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas terutama kaum milenial. Lembaga Filantropi Indonesia dalam hal ini melakukan kerjasama kepada sejumlah lembaga filantropi lainnya. Filantropi Indonesia dalam mewujudkan program "Pekan Donasi Online" melakukan kerjasama dengan Go-

Pay dalam menjaring dana digital yang dapat disalurkan oleh seluruh pelaku filantropi kepada penerima filantropi tersebut. Melalui program Pedoeli Indonesia, pelaku filantropi memiliki lebih banyak pilihan dalam menyalurkan dana mereka dalam mewujudkan pembangunan sosial serta keadilan sosial di lingkungan masyarakat.

Festival Filantrop Muda yang bertujuan untuk mempromosikan berbagai kegiatan filantropi dan inisiatif sosial yang ada ditengah masyarakat kepada kaum muda untuk dapat lebih mengenal serta menginspirasi berperan aktif dalam kegiatan filantropi. Organisasi filantropi kini bukan saja digerakkan oleh golongan tua yang memasuki masa pensiun dan memiliki aset kekayaan, melainkan saat ini anak muda juga turut aktif dalam berbagai kegiatan filantropi (Fathurrozak, 2019). Pada saat ini, uang digital menarik perhatian kaum muda hingga orang tua, pergeseran cara menyumbangkan dana saat ini mengikuti perkembangan zaman dimana perkembangan tersebut mengarah kepada kepraktisan dalam segala hal yang dilakukan masyarakat. Kerjasama dengan Go-Pay menjadi langkah awal yang mengikuti perkembangan zaman terhadap perilaku masyarakat yang aktif bertransaksi menggunakan uang digital.

Peran pemuda dalam menghadapi bonus demografi tahun 2030 mendatang tentunya menjadi penting untuk meningkatkan tingkat partisipasi pemuda dalam kegiatan filantropi di Indonesia. Dalam hal ini, perlu adanya lembaga-lembaga yang lebih memperhatikan kegiatan penyebaran informasi mengenai filantropi di masyarakat. Filantropi Indonesia melakukan berbagai cara dalam mengajak kaum muda berperan aktif dalam inovasi filantropi di Indonesia. Filantrop Muda menjadi istilah bagi pemuda-pemuda yang berperan aktif dalam menjalankan kegiatan filantropi. Festival yang menghadirkan pemahaman bagi pemuda untuk lebih berperan aktif menjelaskan bahwa dalam filantropi modern saat ini, kaum

muda dapat unjuk gigi dalam perannya sebagai pelaku filantropi terutama dalam hal memberikan fasilitas dalam menjembatani antara pemberi filantropi dengan penerima manfaat filantropi.

Kesimpulan

Filantropi Indonesia sebagai organisasi nirlaba memiliki tujuan melalui kegiatannya Festival Filantrop Muda untuk mengenalkan kegiatan filantropi kepada kaum muda agar lebih aktif sebagai pelaku filantropi. Peran pemuda dalam menyongsong bonus demografi di Indonesia sangatlah penting, sehingga adanya kegiatan yang mempromosikan filantropi kepada kaum muda menjadi langkah positif dalam mengenalkan filantropi kepada kaum muda. Adanya kegiatan festival yang berkonsep milenial dapat menarik perhatian kaum muda untuk mengikuti kegiatan tersebut. Sehingga dapat mengikuti konsep filantropi modern dimana dapat menjadi jawaban dalam melakukan pembangunan masyarakat dan menciptakan keadilan sosial. Peran pemuda saat ini sangat dibutuhkan karena dalam menyongsong bonus demografi akan sangat menjadi teka-teki bagi bangsa Indonesia dalam menghadapi jumlah penduduk usia muda yang lebih banyak jika dibandingkan usia non produktif. Dalam hal ini pemuda dapat menjadi aktor dalam menciptakan setiap inovasi yang berkaitan dengan setiap kegiatan filantropi di Indonesia. Inovasi dapat berupa sistem penyaluran dana yang lebih mempermudah masyarakat dalam menyalurkan kegiatan filantropi maupun hal lainnya yang dapat menjadi bentuk filantropi yang berbagai macam.

Daftar Pustaka

Fathurrozak. (2019, Oktober 26). *Media Indonesia*. Retrieved from mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/read/detail/267622-pesta-filantropi-bagi-milenial

Indonesia, F. (n.d.). *Filantropi Indonesia*. Retrieved from Filantropi Indonesia: filantropi.or.id

Latief, H. (2010). Melayani umat: Filantropi Islam dan ideologi kesejahteraan kaum modernis. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Prihatna, A. A. (2005). Filantropi dan keadilan sosial. Revitaliasasi Filantropi Islam. Jakarta: PBB UIN Syarif Hidayatullah dan The Ford Foundation.

FILANTROPI MILENIAL
SEBAGAI WUJUD FILANTROPI MASA KINI

Annisa Feli Surahya

Filantopi merupakan kegiatan yang identik dengan menyumbang harta demi membantu orang-orang yang membutuhkan. Sejak dulu, bentuk filantropi pun beragam mulai dari pemberian donasi untuk kegiatan keagamaan, penyaluran bantuan bencana, sampai pada kegiatan menyantuni anak-anak yatim. Seiring perkembangan zaman dan teknologi filantropi pun bermetamorfosa dari waktu ke waktu. Pada era modern ini filantropi memiliki wajah baru. Dulu kegiatan berderma hanya dilakukan oleh orang-orang kaya dan mayoritas orang tua. Namun, kini untuk menjadi filantropis tidak harus menjadi kaya dan menunggu tua karena semua orang bisa melakukannya termasuk generasi milenial. Hal ini pun didukung oleh pernyataan Ketua Badan Pengarah Filantropi Indonesia Erna Witoelar dilansir dari *cnbcindonesia.com* menuturkan bahwa konsep filantropi sudah berubah setelah generasi milenial mulai menjadi filantropis (Yulistara,2018).

Peran serta generasi milenial tidak luput dari adanya kesadaran dalam diri untuk berbagi dan menolong sesama. Menurut data tahun 2018 dilansir dari *cnbcindonesia.com* menyebutkan bahwa jumlah milenial yang menjadi filantropis sudah sekitar 40%, sementara filantropis generasi sebelumnya mencangkup 30% dan sisanya campuran (Yulistara,2018). Sedangkan menurut Ketua Filantropi Indonesia Timotheus Lesmana dilansir dari *cnbcindonesia.com* mengatakan bahwa keberadaan generasi milenial di sektor filantropi Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir (Hasibuan,2018). Hal ini pun menjadi pendorong

munculnya berbagai pembaharuan dan akhirnya berhasil mengemas kegiatan filantropi menjadi lebih fleksibel dan tidak sekaku dulu. Senada dengan hal tersebut Ketua Badan Pengarah Filantropi Indonesia Erna Witoelar dilansir dari *liputan6.com* mengatakan bahwa generasi milenial berhasil memperluas bentuk kontribusi atau sumbangan menjadi lima bentuk, yakni pengetahuan/keterampilan, waktu, *voice* (suara/aspirasi), jaringan, cinta dan dana (Liputan6,2016). Dengan menggabungkan lima bentuk pemberian itu, generasi millenial tidak hanya melihat filantropi sebagai kegiatan sosial, tapi sebagai investasi sosial yang berdampak luas dan berkelanjutan.

Selain pemanfaatan teknologi informasi, salah satu ciri yang menonjol dari filantropi milenial adalah komunitas. Filantropi milenial banyak mendirikan yayasan atau organisasi berbasis komunitas untuk mengembangkan berbagai program sosial yang menjadi minat atau perhatiannya. Sebagian lainnya menjadi pendukung, relawan dan donatur di berbagai organisasi sosial. Mereka tidak hanya sekedar memberi uang tapi lebih ke pengalaman dan *skill*. Berbagai perbedaan pun menghiasi perkembangan filantropi. Dulu, kesan individualis sangat melekat pada kegiatan filantropi, setiap kegiatan filantropi hanya dilakukan secara perorangan dan biasanya mereka langsung mendatangi suatu lembaga untuk memberikan donasinya. Donasi ini biasanya berupa sejumlah uang tetapi ketika ditanya besar nominalnya maka para filantropis zaman dulu terkesan lebih tertutup atau tidak mau mejawabnya. Kini, filantropi milenial memiliki prinsip transparansi dan lebih terbuka. Sekarang kegiatan filantropi bisa dilakukan bersama bukan hanya dilakukan oleh perorangan atau individu saja. Di tangan milenial, kegiatan berderma yang dianggap memiliki stigma individualis telah bertransformasi menjadi kegiatan wajib yang menyenangkan. Kegiatan filantropi pun menjadi lebih fleksibel, dapat dilakukan oleh siapa saja, apa saja dan di mana saja. Dapat

dilakukan oleh siapa saja, artinya kegiatan filantropi tidak harus dilakukan oleh orang kaya dan orang tua tetapi juga bisa dilakukan oleh siapa saja termasuk generasi milenial. Kegiatanya tidak selalu soal harta melainkan bisa menyumbangkan apa saja mulai dari ide atau gagasan, waktu maupun tenaga. Sedangkan untuk kegiatannya dapat dilakukan di mana saja artinya semakin berkembangnya kecanggihan teknologi dan munculnya berbagai macam *plaform donasi online* maka dapat dimanfaatkan untuk memudahkan kegiatan para donatur, mereka tidak perlu lagi memberikan sejumlah dana kemudian menyalurkannya pada sebuah lembaga. Selain itu, telah banyak yayasan yang bergerak di bidang filantropi sehingga para donatur bisa memilih yayasan yang mereka ingnkan. Oleh karenanya, kegiatan filantropi pun bisa dilakukan di mana saja.

Inovasi filantropi milenial semakin beragam dan dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari penggalangan dana melalui konser amal, kegiatan *Fashion Show* untuk menggalang dana dan berbagai macam penggalangan dana yang dilakukan oleh stasiun televisi, misalnya RCTI Peduli dan Pundi Amal SCTV. Selain itu, perkembangan teknologi juga semakin memudahkan kegiatan ini, filantropi milenial telah mengembangkan *donasi online* sehingga orang-orang tidak hanya dapat berdonasi secara *offline* atau mendatangi suatu lembaga tapi juga bisa melakukannya secara *online*. Salah satu bentuk *donasi online* adalah website Kitabisa.com, website ini dibuat untuk menyalurkan berbagai macam donasi mulai dari bantuan bencana, santunan untuk anak yatim, bantuan untuk orang sakit dan berbagai macam bantuan lain. Di dalam website tersebut juga memiliki prinsip transparansi, sehingga jumlah dana yang terkumpul dari berbagai donatur dapat diketahui secara jelas.

Meskipun dengan adanya *donasi online* memberi pengaruh positif seperti kegiatan berderma menjadi lebih praktis dan memudahkan para filantropis dalam berdonasi tetapi, di sisi lain *donasi online* juga perlu diwaspadai. Maraknya penipuan bisa saja

terjadi, seperti kasus beberapa waktu lalu yang mana *website Kitabisa.com* telah disalahgunakan oleh segelintir orang. *Website* ini justru dijadikan sebagai sarana meminta sumbangan untuk melunasi cicilan motor dan juga biaya melangsungkan pernikahan. Mengetahui hal tersebut CEO Kitabisa.com Alfatih Timur dilansir dari *kompas.com* mengatakan bahwa secara umum Kitabisa.com memfasilitasi beragam penggalangan dana yang tidak melanggar hukum, memenuhi kaidah serta tidak melanggar aturan dari *community guideline* yang ada (Aida,2019). Namun, belakangan ini diketahui bahwa tujuan penggalangan dana tersebut hanya sebatas iseng dan bercanda. Kemudian tindak lanjut dari kitabisa.com adalah menutup penggalangan dana tersebut. Hal ini dijelaskan oleh CEO Kitabisa.com Alfatih Timur dilansir dari *detikinet.com* bahwa beberapa yang dilarang berdasarkan *community guideline* di antaranya adalah penggalangan dana yang bersifat hoaks, fiktif, politik praktis, rasisme, dan juga yang bersifat main-main atau bercandaan, sehingga penggalangan dana untuk menikah dan melunasi cicilan motor tersebut sudah ditutup dan tidak bisa dicari lagi (Kamaliah,2019).

Kasus penyalahgunaan tersebut sebaiknya dijadikan sebagai pembelajaran bahwa tidak semua hal dapat dijadikan sebagai ajang bercanda apalagi dilakukan di tempat yang salah seperti *website* kitabisa.com. *Website* yang seharusnya menjadi tempat penggalangan dana bagi yang membutuhkan justru dijadikan ajang bercanda oleh segelintir orang, perilaku yang kurang pantas akan berakibat pada menurunnya kepercayaan para donatur dalam memberikan donasi melalui *website* tersebut. Citra baik yang dibangun akan runtuh meskipun itu hanya kesalahan kecil. Oleh karenanya, dari pihak *crowdfunding* harus terus melakukan pengawasan dan melakukan verifikasi ganda bagi orang yang ingin menggalang dana. Selain itu, masyarakat juga harus bisa menjaga kepercayaan satu sama lain dengan menggunakan *platform* donasi

digital sesuai tujuan awalnya.

Berdasarkan kasus tersebut maka dapat diketahui bahwa dengan pemanfaatan teknologi tidak menutup kemungkinan bahwa kegiatan filantropi lepas dari masalah. Filantropi milenial telah banyak memberi terobosan dengan memanfaatkan teknologi sebagai ajang berdonasi. Namun, terkait dengan keamanan perlu ditingkatkan agar kegiatan berderma tidak disalahgunakan. Terkait dengan isu tersebut tidak memudarkan semangat masyarakat untuk kembali berdonasi. Filantropi milenial telah memberi dampak positif bagi munculnya para filantropis baru. Kini, masyarakat semakin sadar akan pentingnya berbagi, didukung dengan semakin banyaknya yayasan filantropi seakan menjadi bukti bahwa kesadaran masyarakat Indonesia untuk berbagi dan menolong cukup tinggi sehingga Indonesia pun dinobatkan sebagai negara paling dermawan di dunia, dilansir dari *bisnis.com* berdasarkan survei *Charities Aid Foundation* (CAF) mengatakan bahwa Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama dengan indeks 59% mengalahkan Australia dan Selandia Baru di peringkat kedua dan ketiga (Petriella,2018).

Keberhasilan Indonesia menduduki peringkat pertama negara paling dermawan bukan hanya dijadikan sebagai tanda bahwa filantropi di Indonesia berkembang pesat tetapi, merupakan pendorong bagi kegiatan filantropi Indonesia untuk terus ditingkatkan. Hal ini di karenakan filantropi bisa menjadi langkah untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development goals* (SDGs). Berdasarkan data penelitian tahun 2014, melalui *SDGs Philanthropy Platform* yang dilansir dari *pirac.org* mengemukakan bahwa hasil survei menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan lembaga filantropi terhadap SDGs sangat tinggi. Selain itu survei juga menunjukkan bahwa sebagian besar (82%) organisasi filantropi ingin terlibat dan mendukung program-program terkait SDGs dan hanya 13% dari responden yang menjawab tidak ingin

terlibat dalam SDGs (Pirac,2017). Lebih jelasnya dapat dilihat melalui grafik di bawah ini:

Grafik 1:Pengetahuan tentang SDGs
Grafik 2: Keinginan Terlibat dalam SDGs

Sumber: Pirac.org

Sumber: Pirac.org

Oleh karena itu, lembaga filantropi di Indonesia diharapkan bisa berperan signifikan dalam pencapaian target *Sustainable Development Goals* (SDGs). Hal ini serupa dengan pernyataan Menteri Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas) Bambang Brodjonegoro dilansir dari *mediaindonesia.com* mengatakan bahwa upaya mencapai SDGs melalui filantropi sangat penting, Indonesia memiliki modal untuk terus meningkatkan sikap filantropi karena merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang otomatif melaksanakan kewajiban zakat. Modal lain yang tidak kalah penting adalah besarnya keterlibatan milenial dalam filantropi Indonesia (Yuliani,2018).

Terwujudnya filantropi milenial yang nantinya dapat bekerjasama untuk berperan dalam pencapaian SDGs merupakan salah satu bentuk pengembangan yang sangat positif. Filantropi tidak lagi membantu segelintir orang tetapi dapat mencakup seluruh masyarakat dan membantu pemerintah dalam mencapai target SDGs. Jika melihat ke belakang perkembangan filantropi dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Filantropi memiliki wajah baru yang mana di tangan milenial filantropi menjadi kegiatan yang fleksibel dan dapat dilakukan oleh berbagai kalangan. Kecanggihan teknologi dimanfaatkan untuk memudahkan kegiatan berderma. Hingga pada akhirnya, filantropi pun ditunggu keterlibatannya dalam pencapaian SDGs. Filantropi milenial bukan sebatas kegiatan menolong sesama tetapi lebih pada pengentasan masalah sosial secara bersama.

Daftar Pustaka

Aida,Nur Rohmi.2019. *Ramai Galang Dana untuk Nikah dan Cicilan Motor, Ini Tanggapan Kitabisa.* Diakses dari https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/09/204717665/ramai-galang-dana-untuk-nikah-dan-cicilan-motor-ini-tanggapan-kitabisa?page=all pada 18 November 2019.

Hasibuan,Lynda.2018. *Diam-diam, Milenial RI Banyak yang Jadi Filantropis.* Dilansir dari https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20181107195135-33-41119/diam-diam-milenial-ri-banyak-yang-jadi-filantropis pada 18 November 2019.

Kamaliah,Aisyah.2019. *Bos Kitabisa Komentari Donasi Nikah Ratusan Juta*. Diakses dari https://inet.detik.com/cyberlife/d-4778565/bos-kitabisa-komentari-donasi-nikah-ratusan-juta pada 18 November 2019.

Liputan6.2016. *Generasi Millenial Ubah Peta dan Pola Filantropi di*

Indonesia. Dilansir dari https://www.liputan6.com/citizen6/read/2474842/generasi-millenial-ubah-peta-dan-pola-filantropi-di-indonesia pada 18 November 2019.

Pirac.2017. *Kesiapan Lembaga Filantropi Indonesia Dalam Mendukung Pencapaian SDGs*. Diakses dari http://www.pirac.org/2017/03/15/kesiapan-lembaga-filantropi-indonesia-dalam-mendukung-pencapaian-sdgs/ pada 18 November 2019.

Yulistara,Arina.2018. *Filantropis Zaman Dulu vs Milenial, Begini Beda Gayanya*, dilansir dari https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20181118133438-33-42688/filantropis-zaman-dulu-vs-milenial-begini-beda-gayanya pada 18 November 2019.

Yuliani,Putri Anisa.2017. *Filantropi Bantu Capai SDGs.* Diakes dari https://mediaindonesia.com/read/detail/198232-filantropi-bantu-capai-sdgs pada 18 November 2019.

FILANTROPI & ERA DIGITAL

FILANTROPI DIGITAL
SEBAGAI BENTUK FILANTROPI BARU

Laila Rachmatika Insania

Pendahuluan

Bentuk altruisme telah bergeser dari pola-pola amal atau karitas tradisional kepada pola-pola filantropi yang baru, keduanya diterjemahkan dalam definisi berbeda yang diasumsikan memiliki kemiripan atau anggapan sama. Mengutip dari National Philanthropic Trust (2016), salah satu lembaga filantropi online di Inggris bahwa dewasa ini mereka memandang filantropi didefiniskan sebagai praktik pemberian yang terorganisir dan sistematis untuk meningkatkan kualitas hidup manusia melalui kesejahteraan dan perubahan sosial. Di sisi lain sebagaimana dijelaskan lembaga ini, meskipun bukan merupakan sesuatu yang linear, dalam perkembangannya teknologi telah memungkinkan orang untuk secara instan melakukan aktivitas global termasuk filantropi yang juga telah berkembang pesat di lingkungan digital dan menghasilkan bentuk upaya dan penemuan cara-cara baru untuk menjangkau orang-orang yang membutuhkan apalagi memberdayakan mereka atas dirinya sendiri.

Filantropi digital memungkinkan para pelaku filantropi menanggapi kampanye yang mudah beredar dalam medium digital serta mampu menarik dukungan baru khususnya di kalangan kaum muda. Filantropi bentuk ini biasanya dapat dilakukan dimana saja dengan mengklik mouse atau mengetuk layar *smartphone.*

Di tahun 2013 The Guardian menyebutkan bagaimana filantropi telah secara luas mulai menggunakan potensi besar media digital untuk menghasilkan keterlibatan online yang memungkinkan

mampu memelihara komitmen jangka panjang. Penggunaan situs jejaring sosial juga menarik dan lebih murah serta fleksibel daripada pola-pola tradisional.

Filantropi digital tidak hanya terbatas pada penggalangan dana. Potensi yang ditawarkan teknologi untuk jenis pemberian lainnya juga mulai dikembangkan. Proyek kolaborasi *open-source* telah memfasilitasi cara-cara baru bagi orang untuk menyumbang dengan menawarkan keahlian dan waktu mereka di luar bantuan keuangan. Fokus tulisan ini berupa gagasan mengenai filantropi digital serta pola-pola di dalamnya sebagai bentuk filantropi baru.

Pembahasan

Filantropi dalam praktiknya yang dilakukan tentu sebagian besar diturunkan dari pola-pola dari pengertian yang sudah ada sebelumnya. Membahas perkembangan filantropi dengan ranah atau medium digital sebagaimana mengikuti arus teknologi, kesinambungan keduanya memungkinkan menjadikan filantropi membentuk kebiasaan baru di luar pola-pola lama yang telah ada. Disini maksudnya adalah filantropi digital masih merupakan hasil dari perkembangan filantropi itu sendiri yang telah ada sejak lama, tetapi filantropi digital ini menurut pandangan dapat menjadi sebuah konsep baru yang berdiri dan berkembang dengan pengertiannya sendiri. Asumsi ini berangkat dari bagaimana digitalisasi gerakan sosial dipandang dimana kemudian gerakan sosial yang bergerak melalui atau melibatkan proses digital sebagai medium diterjemahkan sebagai gerakan sosial baru, sehingga analogi tersebut digunakan untuk melihat filantropi digital. Paparan gagasan ini belum tentu memiliki legitimasi karena belum juga ditemukan tulisan terkait definisi yang digunakan melainkan hanya melihat dari kebiasaan baru yang dihasilkan dari intervensi arus teknologi.

Sebagian besar kegiatan filantropi di Indonesia masih diturunkan dari ajaran-ajaran agama besar meskipun pada dasarnya manusia telah memiliki dorongan secara pribadi di luar anjuran agama. Terlepas darimana sumber dorongan tersebut kemunculan kelembagaan filantropi khususnya di Indonesia telah lama didominasi oleh dasar ajaran agama (misalnya badan amal). Kegiatan derma atas filantropi agama umumnya memiliki aturan atau cara yang berbeda dan sesuai dengan yang dianjurkan oleh masing-masing agama hal tersebut menjadi alasan yang membedakan filantropi berbasis agama dengan sebagaimana filantropi yang sifatnya di luar agama, namun di sisi pengertian yang lain pada filantropi digital sendiri keduanya dapat ditemukan. Artinya baik filantropi agama maupun filantropi tanpa basis agama keduanya memiliki pergerakan di ruang digital.

Filantropi digital sebagai bentuk filantropi baru tidak sepenuhnya terlepas dari praktik-praktik sebagai wujud filantropi yang ada pada mula perkembangannya. Seringkali filantropi yang memanfaatkan kehadiran teknologi dan perkembangannya serta bergerak pada ruang digital belum atau bahkan tidak terpisah atau terlepas dari bentuk tradisional filantropi, kebenaran atas asumsi tersebut masih terbilang relatif tetapi melihat bagaimana filantropi digital ini bergerak yang menjadi pembeda hanya kehadiran intervensi dari teknologi. Pasalnya apabila meraba lagi lebih jauh, misalnya melihat bagaimana kelembagaan filantropi dengan basis-basis tertentu masih menggunakan nilai-nilai tersebut meskipun telah merambah pada medium yang digital.

Intensi pada penulisan ini bukan semata bermaksud memisahkan filantropi digital dengan filantropi yang telah ada, tetapi memaparkan gagasan bagaimana praktik derma di dalam filantropi digital tersebut memiliki fase tradisional atau konvensional-nya sendiri meskipun apabila melihat filantropi secara

tubuh yang utuh, digitalisasi dilihat sebagai perwujudan dari modernitas atau suatu fase modern bagi filantropi.

Cara pandang terkait fase filantropi digital sekarang menjadi sebuah fase konvensional ini berangkat dari asumsi yang melihat kemungkinan-kemungkinan proses digitalisasi sendiri akan terus berkembang, sehingga menjadikan praktik serta pola pada filantropi digital yang sedang marak saat ini memungkinkan akan ditinggalkan atau tergantikan pada bentuk-bentuk yang baru yang dihasilkan dari proses perkembangan digital.

Pada filantropi digital yang sedang berjalan saat ini selinear dengan penemuan-penemuan baru terkait kegiatan derma dengan proses yang terus diupayakan untuk semakin memudahkan serta terus mempertimbangkan efisiensi waktu. Hal-hal seperti ini yang membuka berbagai peluang untuk terus berkembang menuju fase selanjutnya bagi filantropi digital sebagai bentuk filantropi baru ini.

Kesimpulan

Filantropi dilihat sebagai tubuh yang utuh akan terus mengalami perubahan dan menghasilkan praktik-praktik dari pengertian yang kemudian bila diturunkan menunjukkan pada fase baru berupa filantropi digital, dimana secara *mainstream* praktiknya dianggap telah meninggalkan cara yang berkaitan dengan kegiatan derma bersifat tradisional karena telah mengadopsi kehadiran serta perkembangan teknologi yang ada. Sedangkan apabila melihat filantropi digital secara kesatuan yang berdiri sendiri dan bukan hanya dianggap sebagai 'versi digital' dari filantropi, filantropi digital juga memiliki fase yang memungkinkan adanya perkembangan serta perubahan sehingga fase digitalisasi filantropi dan praktiknya saat ini bisa jadi juga hanya menjadi pola yang temporal atau konvensional dari sebuah filantropi digital.

Daftar Pustaka

Lewis, Nigel, 2013, *How digital media is changing the world of philanthropy,* The Guardian 18 April 2013 diakses dari https://www.theguardian.com/media-network/media-network/2013/apr/18/digital-media-philanthropy-fundraising tanggal 20 November 2019

NPT, 2016, *A History of Modern Philanthropy,* National Philanthropic Trust diakses dari https://www.historyofgiving.org/1980-present/ tanggal 20 November 2019

FILANTROPI DALAM BENTUK *REALITY SHOW* DI TELEVISI (MIKROFON PELUNAS UTANG)

Dhimas Andhika Maulana

Pendahuluan

Televisi merupakan salah satu media massa yang dianggap mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia. Keberadaan televisi di tengah masyarakat kini tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang mewah melainkan televisi dianggap sebagai pemenuh kebutuhan bagi sebagian besar orang. Televisi merupakan salah satu media massa yang sejauh ini sangat dibutuhkan dan mampu menghipnotis masyarakat, kekuatan kolaborasi *audio visual* serta beragam program tayangan yang ditampilkan menjadi alasan banyaknya orang yang mengakses media massa televisi dibandingkan media lain yang menjadi pendahulunya, seperti media cetak dan radio.

Sebagai sebuah industri media massa, televisi tentunya sangatlah tergantung pada keberadaan khalayak. Namun, berbeda dengan media lain televisi dan radio tidak dapat mengetahui siapa, dimana dan bagaimana reaksi khalayak dalam mengonsumsi acara di televisi karena sebagai konsumen khalayak tidak menampakkan diri. Maka hadirlah lembaga riset Internasional yang bernama *Nielsen Media Research (NMR)*, dengan menggelar penelitian yang akan mengukur perilaku khalayak televisi. Hal tersebutlah yang biasa disebut dengan *rating*. Dengan adanya *rating* dalam industri televisi seakan mendikte setiap pemilik industri televisi, karena para pengiklan yang merupakan sumber penghidupan televisi, cenderung akan memasang iklan pada acara yang memiliki

penonton yang banyak, atau dengan kata lain acara yang memiliki *rating* tinggi.

Akibat bertumpu pada rating sebagai alat kontrol dan standarisasi utama, maka industri televisi seakan terpaksa harus mengikuti arus tersebut. Dengan selalu memikirkan iklan (*rating*), industri televisi terkadang tidak lagi memperhatikan kualitas program acara sebagai sebuah prioritas utama. Minat khalayak dalam menonton televisi tentunya menjadi lahan persaingan untuk meningkatkan *rating*, bagi para pemiliki media televisi untuk mencapai hal tersebut maka mereka berlomba-lomba melahirkan program-program yang dapat merebut perhatian khalayak.

Di Indonesia sendiri banyak stasiun televisi swasta yang saling bersaing dengan membuat program acara yang lebih mementingkan kedudukan *rating* yang terkadang cenderung mengabaikan kualitas, termasuk estetika, sosial, dan psikologi penonton. Salah satu trend program acara yang dianggap industri media televisi dapat meningkatkan *rating* selain sinetron yaitu program acara yang bertajuk *reality show*.

Reality show merupakan sebuah genre program acara yang menampilkan adegan yang seakan-akan berlangsung tanpa menggunakan skenario, dengan pemain yang umumnya merupakan orang awam. Acara dengan genre *reality show,* kini dapat dijumpai di setiap stasiun televisi, bukan tanpa alasan, genre program ini menjadi sebuah acara yang dapat meningkatkan *rating,* sehingga kembali lagi bahwa acara ini hadir bukan hanya karena trend namun lebih dari itu alasan ekonomis menjadi alasan atau pondasi sehingga acara *reality show* hadir di layar kaca. Tayangan *reality show* yang mengangkat tema mengenai kemiskinan pada industri televisi di Indonesia, salah satunya adalah program acara "Mikrofon Pelunas Utang" yang ditayangkan di Indosiar.

Pembahasan

Mikrofon Pelunas Utang adalah salah satu kegiatan filantropi yang dikemas dengan cara memadukan kompetisi menyanyi dan kisah pilu orang-orang yang sedang terlilit utang. Sebelum kompetisi dimulai, profil dari masing-masing peserta ditampilkan dalam sebuah layar di belakang panggung. Beragam permasalahan peserta memunculkan rasa empati dan iba para penonton untuk memberikan sumbangan. Tak cukup sampai di situ, mereka harus bernyanyi dan dikomentari oleh para juri layaknya ajang kompetisi *idol.* Peserta dengan penampilan menyanyi terbaik pilihan para juri bisa langsung maju ke babak bonus. Di babak itu ia harus memilih satu mikrofon yang berfungsi dari 10 mikrofon di depannya agar utangnya bisa dilunasi. Tak mudah memang memilih satu pilihan keberuntungan dari sekian banyak pilihan. Para peserta pun kebanyakan gagal di babak ini, mereka yang gagal hanya mendapatkan uang sejumlah dua juta rupiah, sementara jumlah utang-utang mereka pada umumnya lebih dari itu. Dengan demikian, lagi-lagi tangis peserta dan rasa iba penonton tak terbendung.

Fenomena kemiskinan yang dipandang sebagai sebuah permasalahan sosial, kini dipandang lain oleh industri televisi. Dengan lahirnya berbagai program acara yang "berkedok filantropi" dengan bertemakan kemiskinan, tentu didasari atas seberapa besar program tersebut dapat berpengaruh meningkatkan *rating* dalam menarik pengiklan. Apabila dua hal terebut dikaitkan maka program *reality show* bertemakan kemiskinan yang diproduksi oleh industri media televisi dan betujuan untuk meraih *rating,* maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai komodifikasi terhadap objek kemiskinan. Kemiskinan diubah menjadi realitas media dengan melakukan komodifikasi demi keuntungan industri media.

Komodifikasi dalam hal ini diartikan sebagai perubahan fungsi dari sesuatu yang pada awalnya tidak dipandang sebagai

suatu produk komersial kemudian dijadikan sebagai suatu komoditas. Kemiskinan misalnya, yang harusnya dibenahi, malah dijadikan komoditas yang dapat dijual oleh industri televisi. Lalu apalah arti industri televisi memproduksi program semacam *reality show* yang berdalih sebagai kegiatan filantropi untuk menolong orang miskin, sedangkan dibalik itu kemiskinan diubah esensinya menjadi komoditas. Memanipulasi tanda-tanda kemiskinan dengan melebih-lebihkan, mendaramatisir, serta menonjolkan kemiskinan tersebut. Memodifikasinya sedemikian rupa agar terlihat lebih sedih dan mampu mengaduk-ngaduk emosi penontonnya sehingga mampu merebut perhatian khalayak.

Saat ini potret kemiskinan tidak lagi hanya sebagai sebuah bahan pemberitaan dan juga tontonan di media. Namun, kemiskinan kini dijadikan "tokoh utama" dalam beberapa program acara favorit oleh industri media televisi, demi memunuhi kepentingan kapitalis. Kemiskinan kini dikemas menjadi sebuah tontonan yang menarik dalam program acara yang bergenre *reality show*. Jika dilihat secara sekilas *reality show* yang mengangkat tema kemiskinan dengan dalih untuk membantu orang-orang miskin memang program yang bermanfaat. Namun jika dilihat dari sisi lain apabila program ini dikaitkan dengan *rating* dan jumlah iklan, maka hal tersebut dapat menggambarkan bagaimana media melakukan tindakan komodifikasi terhadap kemiskinan itu sendiri.

Kesimpulan

Kemiskinan tidak lagi menjadi sebuah permasalahan sosial saja, namun industri televisi telah meliriknya sebagai sebuah hal yang bisa dijadikan sebuah komoditas yang dapat bernilai jual yang tinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya acara "Mikrofon Pelunas Utang" yang memaanfaatkan kemiskinan menjadi sesuatu hal yang dapat dijual untuk mendapatkan perhatian khalayak agar memberikan sumbangan kepada para pesertanya dan

tentunya agar *rating* acara tersebut tinggi. Dengan kata lain, terjadi komodifikasi terhadap kemiskinan untuk memenuhi kepentingan kapitalis karena adanya kepentingan pemilik modal serta kepentingan iklan yang berperan sangat besar dalam acara tersebut. Hal ini menunjukan bahwa kegiatan filantropi tersebut hanyalah suatu konten yang digunakan untuk menghasilkan dan meraup keuntungan yang banyak.

Daftar Pustaka

Arya, N. C. (2016). Komodifikasi Kemiskinan Dalam Televisi Indonesia. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 175-185.

Heychael, M., & Thaniago, R. (2013). *KETIKA TELEVISI PEDULI: POTRET DILEMATIS FILANTROPI MEDIA*. Remotivi.

Razi, F. (2017, Juni 3). *Reality Show Mikrofon Pelunas Hutang Eksploitasi Orang yang Membutuhkan?* Retrieved from duniaku.com: https://duniaku.idntimes.com/film/internasional/timelord/mikrofon-pelunas-hutang

Sayuti, S. (2017, Mei 4). *Acara Mikrofon Pelunas Hutang yang Lebay*. Retrieved from kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/syaifuddin/590a0e2e947a614a1a8b4567/acara-mikrofon-pelunas-hutang-yang-lebay

UNIVERSITAS
JOGJAKARTA

PRAKTIK FILANTROPI SOSIAL

Dalam Entrepreneurship and Philanthropy in American Capitalism, dituliskan bahwa Merle Curti menyampaikan "filantropi telah menjadi salah satu aspek utama dan kunci bagi pengembangan sosial dan budaya Amerika" (Curti, 1957, p. 353). Filantropi nyatanya juga penting dalam pembangunan ekonomi. Apa yang membedakan kapitalisme Amerika dengan kapitalisme yang lain (Jepang, Prancis, Jerman, dan Skandinavia) adalah fokus historisnya pada penciptaan kekayaan (kewirausahaan) dan juga pemulihan kekayaan (filantropi).

Filantropi sendiri merupakan bagian dari kontrak sosial implisit yang terus-menerus memelihara dan merevitalisasi dari kemakmuran ekonomi. Kata filantropi secara harfiah memiliki arti "cinta umat manusia." Tindakan filantropis memanifestasikan kedermawanan dari si pemberi. Di Indonesia sendiri sudah kian berkembang filantropi dalam bidang wirausaha. Ada banyak para pebisnis sukses yang perduli dengan keadaan sekitar sehingga membuat berbagai program untuk mensejahterakan masyarakat.

DEPARTEMEN PEMBANGUNAN SOSIAL DAN KESEJAHTERAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA

BUANA GRAFIKA PENERBIT

ISBN: 978-623-7358-35-0